CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO GRÁFICO QUE BRINDE SERVICIOS EN PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS CON TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA, PARA RESALTAR LA CULTURA DE QUITO, LOGRANDO INCREMENTAR EL TURISMO EN EL ECUADOR, UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO

2014-2015.

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

Autor: Nogales León Edison Daniel

Tutor: Ing. Paola Martínez

Quito, Abril del 2015

TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 27 de marzo del 2015

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ***NOGALES LEON EDISON DANIEL*** de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: ***Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al diseño gráfico que brinde servicios en personalización de camisetas con técnicas de aerografía, para resaltar la cultura de Quito, logrando incrementar el turismo en el Ecuador, ubicado en el sector sur de Quito.*** ; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

ING. PAOLA MARTINEZ
TUTOR DEL PROYECTO

ING. MARCO YAMBA
LECTOR DEL PROYECTO

ING. LIZETH GUERRERO
DIRECTOR DE ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

ING. CRISTIAN PRADO
COORDINADOR DE PROYECTOS

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECTOR
ESCUELA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DESARROLLO DE PROYECTOS

DECLARATORIA

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

f)_____

Nogales León Edison Daniel

CC 171730252-3

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior

Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO GRÁFICO QUE BRINDE SERVICIOS EN PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS CON TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA, PARA RESALTAR LA CULTURA DE QUITO, LOGRANDO INCREMENTAR EL TURISMO EN EL ECUADOR, UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO", para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera , motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales descritos en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización; d) La protección y registro en el IEPI

el programa de ordenador a nombre del Cesionario; e) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; f) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días

calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.En aceptación firman a los____días del mes de _____del dos mil quince.

f)_____ f)_____

C.C. Nº InstitutoSuperior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por darme la vida, y la oportunidad de demostrar mis capacidades y destrezas.

A mis profesores que con sus enseñanzas supieron construir en mí en un gran profesional.

DEDICATORIA

A mis padres que siempre me apoyan en mi proyecto de vida en el aspecto profesional, a mi madre por su amor y consejos que siempre supieron ayudarme en este camino corto de estudios, a mi padre que no está físicamente pero sé que siempre me acompaña.

A mi mujer y mis hijos que los amo mucho hicieron realidad este sueño.

ÍNDICE GENERAL

Capítulo i 1

Introducción 1

1.01 Justificación 1

1.02 Antecedentes 2

Capitulo ii 5

Análisis situacional 5

2.01 Ambiente externo 5

2.01.01 Factor económico 5

2.01.02 Pib 6

2.01.03 Factor social 20

2.01.04 Factor legal 24

2.01.05 Factor tecnológico 29

2.02 Entorno local 30

2.02.01Clientes 30

2.02.02 Proveedores 32

2.02.03 Competidores 34

2.03 Análisis interno 35

2.03.01 Propuesta estratégica 35

2.03.01.01 Misión 37

2.03.01.02 Visión 38

2.03.01.03 Objetivos 38

2.03.01.03.01 Objetivo general 38

2.03.01.03.02 Objetivos específicos 38

2.03.01.04 Principios y/o valores 39

2.03.02 Gestión administrativa 35

2.03.03 Gestión operativa 41

2.03.04 Gestión comercial 47

2.03.04.01 Estrategia de marketing 48

2.04 Análisis foda 64

Capítulo iii 66

Estudio de mercado 66

3.01 Análisis del consumidor 66

3.01.01 Determinación de la población y muestra 66

3.01.02 Técnicas de obtención de información 72

3.02 Oferta 99

3.02.01 Oferta histórica 99

3.02.02 Oferta actual 99

3.02.03 Oferta proyectada 100

3.03 Productos sustitutos 100

3.03.01 Oferta histórica 100

3.03.02 Oferta actual 101

3.03.03 Oferta proyectada productos sustitutos 103

3.04 Demanda 103

3.04.01 Demanda histórica 103

3.04.02 Demanda actual 107

3.04.03 Demanda proyectada 110

3.05 Balance oferta - demanda 111

3.05.01 Balance actual 111

3.05.02 Balance proyectado 111

Capítulo iv 113

Estudio técnico 113

4.01 Tamaño del proyecto 113

4.01.01 Capacidad instalada 113

4.01.02 Capacidad óptima 116

4.02 Localización 117

4.02.01 Macro localización 117

4.02.02 Micro localización 120

4.02.03 Localización optima 123

4.03 Ingeniería del producto 125

4.03.01 Definición de bienes y servicios 125

4.03.02 Distribución de la planta 127

4.03.03 Proceso productivo 128

4.03.04 Maquinaria 129

4.03.05 Equipos 130

Capitulo v 133

Estudio financiero 133

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales 133

5.02 Costos 133

5.02.01 Costo directo 134

5.02.02 Gastos administrativos 137

5.02.03 Gastos de ventas 140

5.02.04 Gastos financieros 141

5.02.05 Costos fijos y variables 142

5.03 Inversiones 144

5.03.01 Inversión fija 145

5.03.01.01 Activos fijos 145

5.03.01.02 Activo circulante 146

5.03.02 Capital de trabajo 148

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos 149

5.03.04 Amortización de financiamiento 151

5.03.05 Depreciaciones 154

5.03.06 Estado de situación inicial 155

5.03.07 Estado de resultados 156

5.03.08 Flujo de caja 157

5.04 Evaluación 157

5.04.01 Tasa de descuento 158

5.04.02 Van (valor actual neto) 158

5.04.03 Tir (tasa interna de retorno) 159

5.04.04 Pri (periodo de recuperación de inversión) 160

5.04.05 Análisis de índices financieros 161

Capítulo vi 162

Análisis de impactos 162

6.01 Impacto ambiental 162

6.02 Impacto económico 163

6.03 Impacto productivo 163

6.04 Impacto social 163

Capítulo vii 165

Conclusiones y recomendaciones 165

7.01 Conclusiones 165

7.02 Recomendaciones 166

Bibliografía 167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Canasta familiar básica variación mensual 17

Tabla 2. Población de los cantones de pichincha 20

Tabla 3. Proveedores de suministros para agencia de diseño gráfico y publicidad. 33

Tabla 4. Competencia de diseño gráfico y técnicas de aerografía en la ciudad de quito sector sur. 34

Tabla5. Cargo y función del director general 42

Tabla6. Cargo y función del ejecutivo de cuentas 43

Tabla7. Cargo y función del director creativo 44

Tabla8. Cargo y función del operador 45

Tabla9. Cargo y función de la recepcionista/contadora 46

Tabla 10. Flow chart 56

Tabla 11. Presupuesto de producción 57

Tabla 12. Costos de medios principales 57

Tabla 13. Costos de medios auxiliares 57

Tabla 14. Análisis foda 65

Tabla 15. Segmentación demográfica 68

Tabla 16. Cuadro de intervalos de confianza 71

Tabla 17. Foda De Entrevistas Aplicadas En El Estudio De Mercado 97

Tabla 18. Ubicación de establecimientos gráficos 2015 101

Tabla 19. Tasa de crecimiento ingresos netos al 2013 104

Tabla 20. Tasas de crecimiento ingresos netos al 2014 competencia direct 107

Tabla 21. Tasas de crecimiento ingresos netos al 2014 competencia indirecta 108

Tabla22. Requerimiento de equipos, muebles, enseres y maquinaria 114

Tabla 23. Gigantografía materia prima 128

Tabla 24. Impresión digital materia prima 134

Tabla 25. Costo materias primas y materiales directos 134

Tabla 26. Rol de pago mano de obra directa 135

Tabla 27. Costos indirectos de producción 135

Tabla 28. Depreciación equipos y maquinaria 136

Tabla 29. Depreciación de instalaciones 136

Tabla 30. Rol de pago area administrativa 137

Tabla 31. Gastos administrativos 138

Tabla 32. Detalle de equipos a ser depreciados 139

Tabla 33. Amortización de gastos de constitución 140

Tabla 34. Gastos de ventas.....141

Tabla 35. Clasificación de costos y gastos.....142

Tabla 36. Cuadro para el cálculo del costo de producción 144

Tabla 37. Activos intangibles.....146

Tabla 38. Activo circulante.....147

Tabla 39. Capital de trabajo neto (cnt).....149

Tabla 40. Fuentes y uso.....150

Tabla 41. Intereses financieros del CFN 152

Tabla 42. Depreciación área administrativa.....154

Tabla 43. Depreciación área de producción.....154

Tabla 44. Estado de situación inicial 155

Tabla 45. Estado de resultados proyectado.....156

Tabla 46. Flujo de caja proyectado 157

Tabla 47. Tabla ingresos y egresos netos actualizados 159

Tabla 48. Periodo de recuperación de la inversión 160

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1. Producto interno bruto 6

Figura2. Inflación anual 8

Figura 3. Distribución de la pea 10

Figura 4. Estructura de la ocupación de la pea..... 11

Figura 5. Pobreza y desigualdad 12

Figura 6. Tasas de interés..... 23

Figura 7. Participación e la actividad económica..... 24

Figura 8. Bienes y servicios de la micro empresa on-nogi 36

Figura 9. Organigrama estructural de la microempresa on-nogi..... 40

Figura 12. Principales actividades que generan mayor ingreso 66

Figura 13. Pregunta n.1 estudio de mercado 79

Figura 14. Pregunta n.2 estudio de mercado 80

Figura 15. Pregunta n.3 estudio de mercado 81

Figura 16. Pregunta n.4 estudio de mercado 82

Figura 17. Pregunta n.5 estudio de mercado 83

Figura 18. Pregunta n.6 estudio de mercado 85

Figura 19. Pregunta n.7 estudio de mercado 87

Figura 20. Pregunta n.8 estudio de mercado 89

Figura 21. Pregunta n.9 estudio de mercado 91

Figura 22. Pregunta n.10 estudio de mercado 93

Figura23. Acordar tasas de crecimiento ingresos netos al 2013 105

Figura 24. Tasas de crecimiento ingresos netos consolidado al 2013..... 106

Figura 25. Tasas de crecimiento ingresos netos consolidado al 2014..... 109

Figura26. Mapa de pichincha 119

Figura27. Cantones de quito 118

Figura 28. Símbolos y mapa del cantón quito 122

Figura 29. Bienes y servicios que ofrecerá la microempresa on-nogi 126

Figura 30. Distribución de la planta micro empresa on-nogi 127

Figura 31. Fujograma gigantografía/impresión digital 128

RESÚMEN EJECUTIVO

El proyecto de tesis se lo realiza con la finalidad de la creación de una Microempresa dedicada al Diseño Gráfico que brinde servicios en personalización de camisetas con técnicas de Aerografía en la Ciudad de QUITO en el sector sur , para resaltar la cultura de quito y satisfacer las necesidades actuales en la comunidad.

El proyecto a realizarse está sustentado mediante estudios de campo como entrevistas, encuestas y determinar las falencias actuales y las verdaderas necesidades de nuestro grupo objetivo.

Los resultados obtenidos por la investigación, demuestra que nuestra Microempresa será innovadora para incrementar el turismo en Quito y satisfacer necesidades de la comunidad, con nuevos recursos tecnológicos y personal altamente capacitado. Nuestra Microempresa se actualizará día a día por la exigencia del mercado.

ABSTRACT

The thesis project is done with the aim of creating a Graphic Design Microenterprise dedicated to providing services on customizing shirts with airbrushing techniques in the city of Quito in the southern sector , to highlight the culture of Quito and meet the current needs in the community.

The project is supported performed through field studies and interviews, surveys and identify current gaps and the real needs of our target group.

The results obtained by the investigation shows that our Microenterprise be innovative to increase tourism in Quito and meet community needs, with new technology and highly trained staff resources. Our Micro is updated daily by the market requirement

Capítulo I

Introducción

1.01 Justificación

La implementación de esta Microempresa tiene como finalidad el desarrollar nuevas prácticas gráficas en el sector sur de Quito por lo consiguiente el desarrollo progresivo de los habitantes del sector, es por esto que se debe tomar en cuenta el nivel de aceptación que tendrá dicha microempresa, para tener una consideración los posibles consumidores y/o clientes, adicional se reconocerá el nivel de competencia, para saber que metodología implementar y llevar a cabo.

Es importante relacionarse con la sociedad y dar a conocer la propuesta a los habitantes, debido a que por ser la implementación de una micro empresa enfocado en el turismo será el atractivo para clientes sino también generara posibles trabajadores directos, indirectos, proveedores, lo que les permitirá a estas personas disponer de un salario y ser personas capases y útiles para la sociedad.

Al referirnos de nuevas prácticas gráficas hay mucha semejanza con la capacidad de las personas, debido a que puede existir el desarrollo de

conocimientos con un alto valor agregado, así como la investigación técnica y tecnológica. También como el objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir: "El desarrollo de capacidades y potencialidades ciudadanas requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. Mediante la atención adecuada y oportuna de la salud, educación de calidad favorece la adquisición de saberes para la vida y fortalece la capacidad de logros individuales; a través de la cultura, el deporte, constituye un soporte importante de la socialización, en el marco de la educación, la salud y en general, de la acción individual y colectiva". (Senplades, 2013).

Al hablar del buen vivir nos referimos que todas las personas están en el derecho de obtener una buena calidad de vida, teniendo oportunidades de empleo seguro con una remuneración justa, ya que otras personas trabajan en condiciones de subempleo y en peores casos se encuentran sin empleo.

1.02 Antecedentes

La ciudad de quito capital de la provincia de pichincha es larga (de 80 km de largo por 5 km de ancho) y está del lado occidental de la Cordillera de los Andes, en plena mitad del mundo, Región Sierra a 2.800 metros sobre el nivel del mar, 1.4 millones de habitante, su actividad económica el turismo y el comercio, prestación de servicios.

Quito siendo una ciudad con una superficie de 4204 km2, en el sector Sur de quito desde el playón de la Marín central hasta el sector del Chillogallo se encuentran alrededor de 30 imprentas en los sectores más concurridos del sur, lo cual se basan en la elaboración de gigantografías, rótulos, calendarios, tarjetas de presentación, volantes, trípticos, dípticos, entre otros, mediante los cuales las empresas pueden dar a conocer sus productos o servicios al consumidor.

Lo cual se indicaría que estas imprentas no están a la vanguardia del diseño gráfico, personalización de diseños para estampado en técnicas de aerografía, es decir que los servicios que brindad en la actualidad no son muy novedosos y han caído en lo tradicional, ocasionando que el tiempo de entrega de un trabajo terminado y el costo final de este sean elevados lo cual ha repercutido que los clientes realicen sus terminados gráficos al norte de quito.

Al Implementar la micro empresa de diseño gráfico al sur de quito a más de ofrecer servicios a los consumidores y/o clientes potenciales, también fomentará la actividad turística ya que ser una área no muy común en la ciudad será algo nuevo y muy llamativo.

Con este proyecto se espera generar nuevas ideas, instaurando nuevas técnicas que vayan de la mano con el fomentar el cuidado a la naturaleza que

permita el desarrollo de la comunidad, el crecimiento económico y a la vez satisfacer las necesidades de la población.

Capítulo II

Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

Tomaremos a consideración factores que son indispensables para el desarrollo del presente proyecto.

- Factor económico
- Factor social
- Factor Legal
- Factor tecnológico

Al interrelacionarlos estos factores nos ayudarán a identificar las posibilidades de alcanzar un eficiente desarrollo.

2.01.01 Factor Económico:

Para el estudio del factor económico es necesario tomar en cuenta las diferentes variables e indicadores que puedan influenciar directa y indirectamente en el proyecto.

2.01.02 Pib (Producto Interno Bruto)

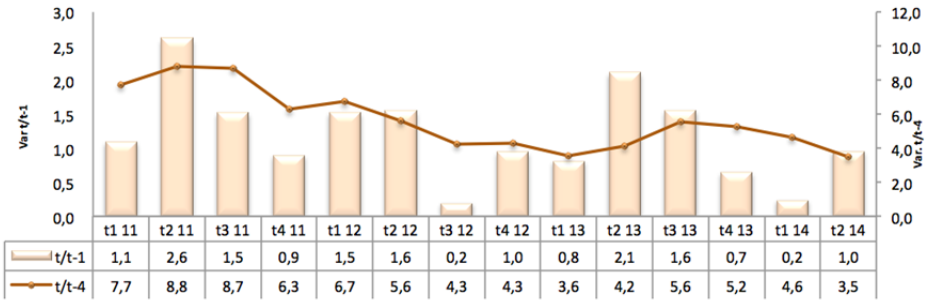
El producto interno bruto es considerado como toda la producción de bienes y servicios finales dentro del territorio ecuatoriano en un determinado tiempo.

Podemos apreciar en el gráfico la situación del PIB es favorable, el segundo trimestre de 2014 el Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento inter-anual de 3.5%, con relación al segundo trimestre de 2013.

Figura1. Producto interno bruto

Banco Central del Ecuador

Gráfico 1. Producto Interno Bruto, PIB
Tasas de variación, precios constantes de 2007, 2011.I-2014.IV



	t1 11	t2 11	t3 11	t4 11	t1 12	t2 12	t3 12	t4 12	t1 13	t2 13	t3 13	t4 13	t1 14	t2 14
t/t-1	1,1	2,6	1,5	0,9	1,5	1,6	0,2	1,0	0,8	2,1	1,6	0,7	0,2	1,0
t/t-4	7,7	8,8	8,7	6,3	6,7	5,6	4,3	4,3	3,6	4,2	5,6	5,2	4,6	3,5

Fuente: Banco Central del Ecuador.

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), el segundo trimestre de 2014 el Producto Interno Bruto (PIB) de la **economía** ecuatoriana tuvo un crecimiento inter-anual de 3.5%**,** con relación al segundo trimestre de 2013.

Inflación

Como se puede ver en el gráfico que la inflación llegará a su punto más alto en el año 2015 y de ahí un incremento a los años correspondientes.
Ecuador registró una inflación mensual de 0,18% en noviembre del 2014 frente al 0,39% del mismo mes del 2013, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En el onceavo mes del año, el país reportó una inflación anual de 3,76% y una acumulada de 3,55%. En noviembre del 2013, la inflación anual llegó a 2,30% y la acumulada a 2,49%.

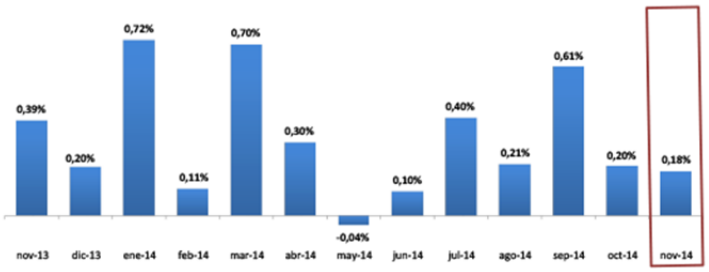
Figura2. Inflación anual

Banco Central del Ecuador

Años	2014	2015	2016	2017	2018
inflación promedio	3.62	3.90	3.66	3.49	3.35

Fuente: MCPE - BCE.

Inflación: Noviembre 2014



MES	ÍNDICE	MENSUAL	ANUAL	ACUMULADA
Noviembre-13	145,16	0,39%	2,30%	2,49%
Diciembre-13	145,46	0,20%	2,70%	2,70%
Octubre-14	150,34	0,20%	3,98%	3,36%
Noviembre-14	**150,62**	**0,18%**	**3,76%**	**3,55%**

Fuente: INEC

Desempleo

El desempleo o desocupación son aquellas personas, que deseando y teniendo capacidades, no encuentran trabajo, estadísticamente estable con 4,7% en comparación con el 4,57% de septiembre del 2013, Quito registra la mayor disminución al pasar de 30,46% en septiembre 2013 a 25,50% en septiembre de 2014.

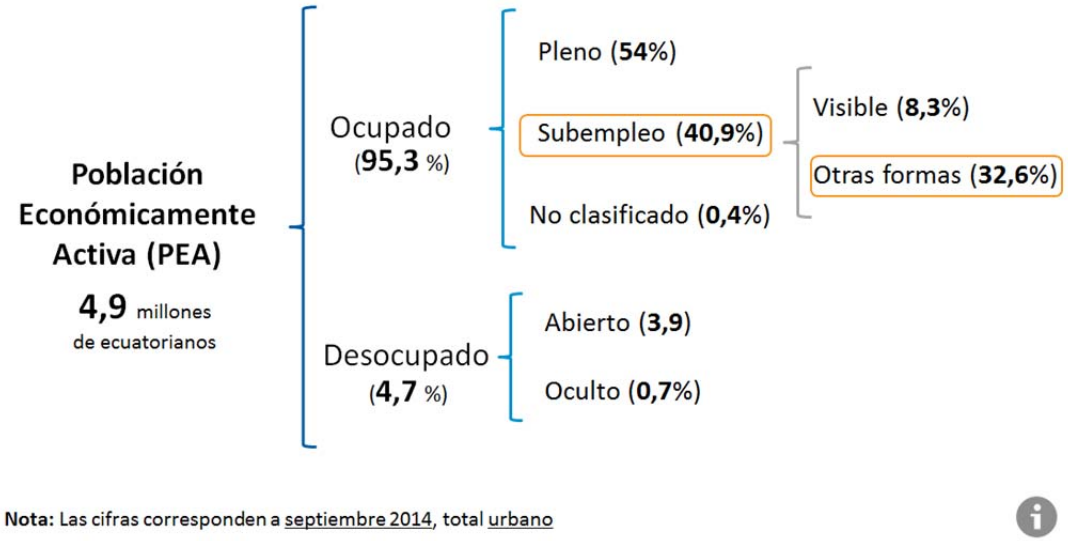
Subempleo

Son las personas que han trabajado o han tenido un empleo durante el periodo de referencia considerado, pero estaban dispuestas y disponibles para modificar su situación laboral a fin de aumentar la "duración o la productividad de su trabajo, en el ecuador el subempleo se ubico en el 40.9% a septiembre del 2014.

El Pleno Empleo

Situación en la cual personas son trabajadoras regulares, con derecho a beneficios y salarios regularizados por la ley; en nuestro país la ocupación plena represento el 54% al año 2014, lo cual manifiesta un incremento significante al partir del año 2009 que se ubicó en el 38.8%.

Figura 3. Distribución de la pea



Fuente: INEC

Población Económica Activa (Pea)

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados), ubicadas en un intervalo de edad considerados desde los 15 años hasta 65 años de edad.

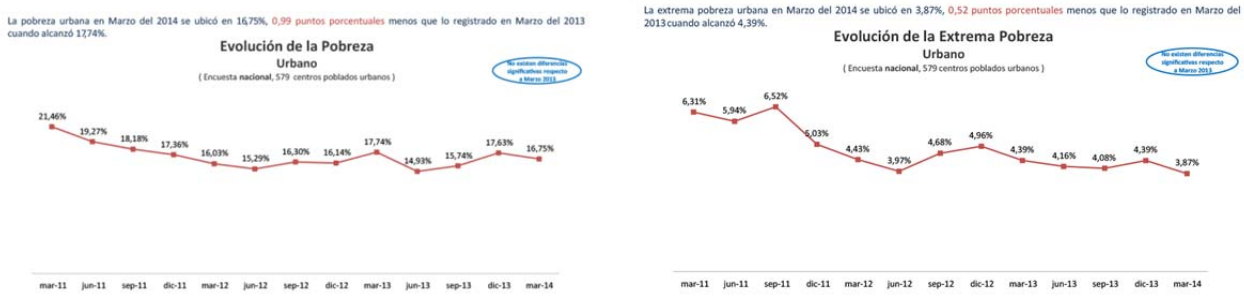
En la figura N.- 3 Podemos observar la ocupación de la PEA a septiembre del 2014 por rama de actividad, ubicándose en la categoría de asalariados con el 95.3%, en segundo lugar los trabajadores por cuenta propia con el 40.9%, seguidos por los trabajadores familiares no remunerados 8.3% y en último lugar la categoría de los patronos con el 4.7%.

Figura 4. Estructura de la ocupación de la pea

Fuente: ENEMDU

Pobreza

Figura 5. Pobreza y desigualdad



Fuente: INEC

Para marzo del 2014, se considera que una persona es pobre por ingresos si percibe menos de USD 2.63 diarios. Y si percibe menos de USD 1.48 diarios es pobre extremo.

La pobreza urbana en Marzo del 2014 se ubicó en 16.75 %, 0.99 puntos porcentuales menos que lo registro en Marzo del 2013 cuando alcanzo 17.74%, (No existen diferencias significativas respecto a Marzo 2013.

(Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU).

A partir de Marzo 2014, la encuesta cuenta con representatividad Nacional total, lo ideal es comparas entre los mismos trimestres por tratarse de una cifra influenciada por la estacionalidad.

Al evaluar otros indicadores de pobreza (brecha y severidad), tampoco existen variaciones estadísticamente significativas al 95% de confiabilidad.

Figura 5. Pobreza y desigualdad

Situación	Indicador	mar-13	mar-14	Δ(mar14-13)
Pobreza	Brecha	5,17%	4,87%	-0,30
	Severidad	2,28%	2,12%	-0,15
Pobreza Extrema	Brecha	1,17%	1,09%	-0,08
	Severidad	0,47%	0,47%	0,00

Nota: A (mar14-13) representa la variación anual entre marzo 2014 y marzo 2013 expresada en puntos porcentuales.

Fuente: ENEMDU

Tasa De Interés

Tasa Activa

Son aquellas que las entidades financieras otorguen a sus clientes por intereses causados por préstamos, los intereses generados serán la ganancia de los entidades financieras.

Tasa Pasiva

Serán aquellas que las entidades financieras deberán pagar a quienes lo han otorgado dinero para su desarrollo, ya sea financiero, comercial, el monto de interés resultante que cancele se presentara como una perdida.

Figura 6. Tasas de interés

Banco Central del Ecuador

Tasas de Interés ABRIL 2014 (*)			
1.TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% Anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% Anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos Monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		

Fuente: Banco Central del Ecuador

Ingresos / Capacidad Adquisitiva

Es la capacidad adquisitiva del consumidor se puede medir por bienes y servicios puede adquirir para satisfacer sus necesidades. Para que las personas puedan adquirir los bienes y servicios tienen que contar con dinero que ha sido recibido (asumimos) como producto de ofrecer sus servicios laborales, es decir,

un salario básico unificado (SBU) puesto en marcha desde diciembre del año 2014 para el año 2015 en el Ecuador es de US $354 lo que representa un incremento de 4.11% que equivale a US $14.00 al salario del 2014.

Es importante destacar el ingreso mensual de cada trabajador para la economía del país, permitirá el acceso a una canasta básica familiar vital sino a una canasta básica familiar.

Canasta Familiar Básica

Está compuesta aproximadamente por 75 productos que es para el consumo de un hogar conformado hasta 4 miembros, con el 1.6 de integrantes que perciben solamente la remuneración básica unificada. Desde enero 2014 se incorporó el aumento salarial decretado por el Gobierno.

Canasta Vital Familiar

Está compuesta por 73 productos en menor cantidad y calidad que la canasta familiar básica, se la denomina vital indica lo mínimo o el límite de lo que necesita consumir una familia para su supervivencia.

Tabla 1. Canasta familiar básica variación mensual

Mes	Canasta Básica (a)	Variación mensual	Ingreso Mensual Familiar (b)	Restricción en el consumo (a)-(b)
ene-13	601,61	0,99%	593,60	8,01
feb-13	602,07	0,08%	593,60	8,47
mar-13	604,25	0,36%	593,60	10,66
abr-13	605,52	0,21%	593,60	11,92
may-13	605,92	0,07%	593,60	12,32
jun-13	606,29	0,06%	593,60	12,69
jul-13	606,48	0,03%	593,60	12,88
ago-13	609,57	0,51%	593,60	15,97
sep-13	612,05	0,41%	593,60	18,45
oct-13	614,01	0,32%	593,60	20,41
nov-13	617,54	0,57%	593,60	23,94
dic-13	620,86	0,54%	593,60	27,26
ene-14	**628,27**	**1,19%**	**634,67**	**-6,40**

Fuente: INEC

Las Pymes En El Ecuador

Definición de PYMES.

En nuestro país se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

En el Ecuador las pequeñas y medianas empresas realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos son las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Aporte de las PYMES en el Ecuador.

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas: emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

Talleres artesanales: se caracterizan por tener una labor manual, con no mas de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.

Pequeña Industria: puede tener hasta 50 obreros

Mediana Industria: alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.

Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

El número de empresas y su la participación en la generación de empleo, se resume así:

TABLA 2. PYMES

SECTOR	NUMERO EMPRESAS	PROMEDIO EMPLEADOS POR EMPRESA	TOTAL TRABAJADORES
PYMIS	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1'686.000

1. Las principales diferencias con la gran industria son:

	% DE ESTABLE-CIMIENTOS	% PERSONAL OCUPADO	PIB MILLONES DOLARES
PYMES	84.3	37.7	458.8 24% PIB Manufactura
GRAN INDUSTRIA	15.7	62.3	1.371

Fuente: Enciclopedia práctica de la Pequeña y Mediana Empresa

2.01.03 Factor Social

En la provincia de Pichincha existen alrededor de dos millones cuatrocientos mil habitantes, de los cuales el 3,5% corresponden a la población del cantón Cayambe.

Tabla 2. Población de los cantones de pichincha

POBLACIÓN 2010	
Total País	14'483.499
Pichincha	2.576.287
Cantones	
Quito	2'239.191
Cayambe	85.795
Mejía	81.335
Pedro Moncayo	33.172
Rumiñahui	85.852
San Miguel de los Bancos	12.535
Pedro Vicente Maldonado	12.924
Puerto Quito	20.445

Fuente: Portal INEC, Datos Censo 2010

Fuente: INEC

El Cantón Quito cuneta con 34 parroquias, representa el 42.2% de territorio de la provincia de PICHINCHA (aproximadamente 4.2 mil Km2.). Su población alcanza un total de 2.576.287 habitantes según el Censo del 2010 que representan el 60.0% (87.8% de la PEA de la provincia de PICHINCHA), localizándose la mayoría de ellos en las áreas urbanas. (48.6% hombres y 51.4% mujeres).

Pichincha está constituida por distintas etnias en su gran mayoría mestizos (86.9%) seguido de afro americanos (6.4%) y un grupo pequeño de indígenas (3.4%); que son participes para el progreso y desarrollo de la provincia.

El cantón Quito se divide en 32 parroquias urbanas y 33 rurales

Parroquias urbanas

Turubamba, Solanda, San Bartolo, San Juan, Rumipamba, Quitumbe, Puengasí , Ponceano, La Mena,Mariscal Sucre , Magdalena, La Libertad, Keneddy, Jipijapa, Itchimbía, Iñaquito, El Inca Guamaní, La Ferroviaria, La Ecuatoriana, Cotocollao, Concepción, El Condado, Comité del Pueblo, Cochapamba, Chimbacalle, Chillogallo, Chilibulo, Centro Histórico, Carcelén, Belisario, Quevedo La Argelia.

Parroquias rurales

Alangasí, Amaguaña, Atahualpa, Calacalí, Calderón, Chavezpamba, Checa, Conocoto, Cumbayá, Gualea

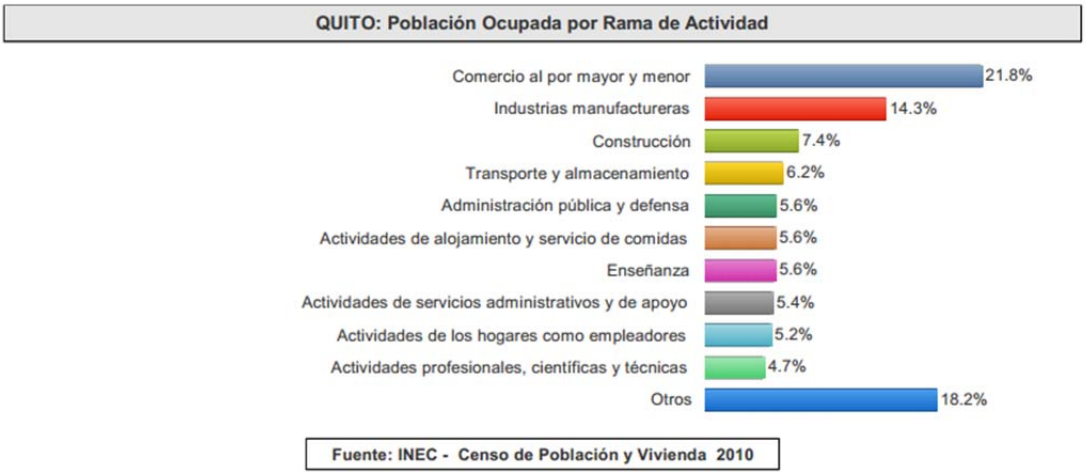
Guangopolo, Guayllabamba, Llano Chico, Lloa, La Merced, Nanegal, Nanegalito, Nayón, Nono (Quito) Pacto, Perucho, Pifo, Píntag, Pomasqui, Puéllaro, Puembo, El Quinche, San Antonio, San José de Minas

Tababela, Tumbaco, Yaruquí, Zámbiza.

Representa el 42.2 % del territorio de la provincia de Pichincha (aproximadamente 4.2 mil km2). Su población es de 2.239.2 mil habitantes, (48.6 % hombres , y 51.4% mujeres), representan el 87.8% de la PEA Población Económicamente Activa según el censo del 2010.

Su actividad económica esta representando en el siguiente gráfico, en el cual nos da a conocer que el 21.8% de la población se dedica al comercio al por mayor y menor, en industrias manufactureras el 14.3%; esto según al censo de Población y Vivienda del 2010

Figura 6. Población ocupada por rama de actividad



Recaudación de impuestos.

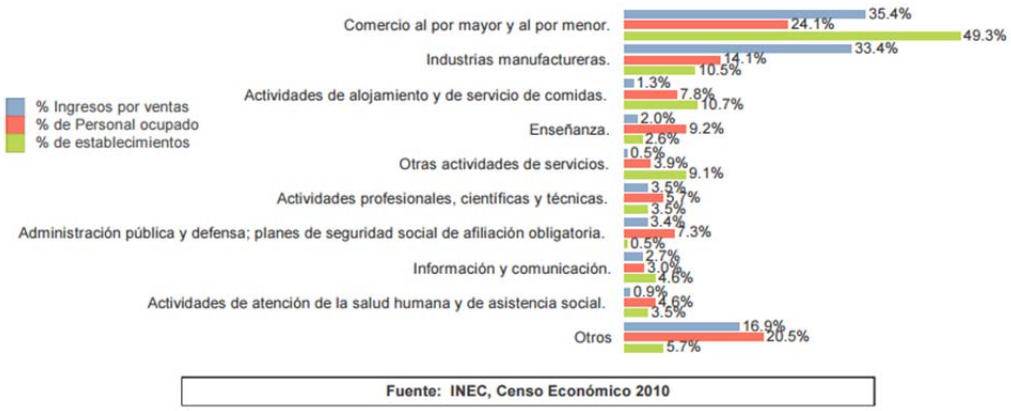
En el 2013 el impuesto de la Renta recaudad en el cantón Quito represento el 95.5% del total de la provincia de PICHINCHA. Respecto al 2010 creció en 36.6%.

Participación de la actividad económica.

Pichincha cuenta con 100.0 mil establecimientos (89.8% de la provincia de PICHINCHA); con el ingreso por ventas de 65.651 millones (98.1% de la provincia de PICHINCHA).

Personal ocupado del 547.1 mil personas (92.8” de la provincia de PICHINCHA).

Figura 7. Participación e la actividad económica



2.01.04 Factor Legal

Para la ejecución de nuestra micro empresa nos enfocamos a determinar las diferentes normativas y reglamentos que influyen en nuestro país; priorizando los organismos que regulan y autorizan el funcionamiento de la misma en la ciudad de Quito, ya que consideramos quees muy importante conocer la base legal y política del mismo.

Los organismos que regulan y autorizan el funcionamiento de este tipo de empresa en la ciudad de Quito son:

- Gobierno Autónomo Descentralización Municipal (Patente Municipal y Licencia de uso de suelo)
- Permiso de Cuerpo de Bomberos de Quito.
- Camara de Comercio.
- Servicio de Rentas Internas (RUC).

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal nos comunica que "La Patente Municipal de Quito a su poseedor, la facultad y derecho de ejercer una actividad comercial, industrial, financiera, inmobiliaria, de profesionales, ocupación liberal, trabajo autónomo, artesanal, de transporte, servicios varios u otras actividades de cualquier orden económico, dentro del cantón Quito ".

Requisitos para la obtención de la Patente Municipal

- Para personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad
- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.

Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.

- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

Requisitos para obtener el permiso de Licencia de Uso de Suelo

1. Solicitud firmada por el propietario (Formato único de solicitud)
    - Croquis de localización o inmueble objeto de tramite.
    - Uso actual del suelo y el pretendido y en su caso.
    - La superficie construida o por construir
    - Clave catastral.
2. Documento que acredite la propiedad o posesión del precio o inmueble, inscrito en el registro público de la propiedad (copia simple y originas para el cotejo).
3. Tratándose de usos que generan impacto regional, será necesario presentar dictamen favorable de impacto regional que emite la secretaria de desarrollo urbano y vivienda.
4. Acta constitutiva de la sociedad en caso de personal moral.
5. Poder notarial del representante legal.

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos

1. Solicitud de inspección del local
2. Informe favorable de la inspección
3. Copia del RUC
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

Hay que tomar en cuenta que la Cámara de Comercio de Quito como la Federación Artesanal no es obligatoria su inscripción e igualmente no se obtendrá los beneficios que brindan cada uno de ellos.

- Exoneración de impuestos al valor agregando
- Exoneración de impuestos a las patentes municipales
- Facturación 0% IVA
- Importación de maquinaria, insumos y herramientas con aranceles preferenciales

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

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

1. Presentar el original de una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
3. Extranjeros presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
4. Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
5. Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.
6. Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior.
7. Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

2.01.05 Factor Tecnológico

Atreves de las encuestas realizadas a los propietarios de imprentas y estudios de diseño gráfico en la ciudad de Quito sector sur en enero del 2015, se ha llegado a la conclusión que existe carencia de cierta maquinaria para brindar un buen servicio a sus clientes, y por ende los propietarios han tenido que terse rizar sus trabajos en el norte de la capital.

En la actualidad nos hemos dado cuenta que no existe la implementación de nueva maquinaria y mucho menos en la actualización y renovación de las mismas.

Al implementar nuestros servicios nuestra micro empresa de diseño gráfico y técnicas de aerografía estaremos brindando a nuestros clientes servicios y productos de calidad al ingresar al mercado con maquinaria moderna que facilitara nuestro trabajo, además el tiempo de entrega y se disminuirá los costos de producción.

De la misma manera realizaremos la valorización de nuestra cultura de quito con las ilustraciones en técnica de aerografías en camisetas, de igual forma estaremos consientes del impacto ambiental que genera la tecnología y pinturas textiles, por ello buscaremos tecnología y pinturas textiles amigables para nuestro ambiente.

2.02 Entorno Local

El análisis del entorno local utilizaremos la información obtenida en las técnicas de recolección de datos realizados en los estudios de diseño gráfico, imprentas y sector comercial ubicados en la ciudad de Quito sector sur en enero del 2015.

2.02.01 Clientes

Nuestros clientes potenciales los clasificamos por:

1. Posible volumen de compras
2. Posible frecuencia de compras y
3. El grado de influencia que tiene en la sociedad o en un grupo social.

1. Clientes potenciales Según su Posible Volumen de Compras

Se identificó el grado de posibles volúmenes de compras de ciertos objetos como por ejemplo volantes, tarjetas de presentación, dípticos, flyers, afiches, etc.

Obteniendo resultados de clientes potenciales de Alto Volumen de Compras y clientes Promedio Volumen de compras.

2. Clientes potenciales Según su Posible Frecuencia de compras.

Realizada la investigación de mercado en el sector comercial por medio de encuestas se comprendió que la frecuencia de uso del servicio de la agencia de Diseño Gráfico.

Obteniendo resultados de clientes frecuentes, habituales y ocasionales según su grado de aceptación y utilización del servicio.

3. Clientes potenciales Según su Grado de Influencia.

Se identificó por medio del estudio de mercado en las encuestas y entrevistas realizadas.

Obteniendo resultados que existen clientes que sean influentes en la ciudad de Quito sector sur, teniendo en cuenta su superficie y el número de habitantes, y que permita una aceptación y utilización más frecuente del servicio en el sector comercial a los propietarios de agencias de Diseño Gráfico.

2.02.02 Proveedores

Lo fundamental de nuestra Micro empresa dedicada al Diseño Gráfico que brinda personalización en camisetas con técnicas de aerografía resaltando la cultura de Quito, en cuanto políticas y servicios que se brinda al cliente, es por ello que nuestros proveedores son los organismos que proveen a la micro empresa de materia prima para poder brindar nuestros servicios, estableciendo preventivos para no contaminar nuestro ambiente.

Para el presente proyecto se necesitará de insumos que se consiguen en la ciudad de Quito por lo que a continuación se presenta u listado de posibles proveedores para los distintos productos que nuestra microempresa necesita.

Tabla 3. Proveedores de suministros para agencia de diseño gráfico y publicidad.

PROVEEDOR	PRODUCTO	CIUDAD	DIRECCION
ARTE FX	Aerógrafos de doble acción	Quito	Nazacota Puento Oe3 420 y calle "C" Barrio El Rosario, entre La Ofelia y La Rumiñahui.Telf: 2592261
LA CASA DEL AEROGRAFO	Pinturas, textil, acrílicas, aerógrafos	Quito	Av.10 de Agosto n13 - 38 y Ante Esq. Frente al Consejo Provincial, La Alameda. Telf::2903956
IMPRESUM	Papel, couche, adhesivos, vinil, químicos. Etc.	Quito	Colón y 9 de Octubre Esq. Edificio Plaza Colón 2, local 3 • Telfs.: (02) 2237 591
GUIA TEXTILES DEL ECUADOR	Camisetas tallas- M.L.S.XS.	Quito	Av. Orellana 18-42; Telfs: (593-2) 223 4880

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Daniel Nogales

2.02.03 Competidores

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO GRÁFICO QUE BRINDE SERVICIOS EN PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS CON TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA, PARA RESALTAR LA CULTURA DE QUITO, LOGRANDO INCREMENTAR EL TURISMO EN EL ECUADOR, UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO.

Realizada la investigación de mercado mediante las entrevistas realizadas a imprentas y a estudios de diseño gráfico en la ciudad de Quito sector sur, en donde se va a llevar a cabo el proyecto se observó que existe una empresa que brinda el servicio de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía.

Tabla 4. Competencia de diseño gráfico y técnicas de aerografía en la ciudad de quito sector sur.

EMPRESA	DIRECCION	CIUDAD
ECUA-AIRBRUSH	Mariscal Sucre y Ajavi	Quito

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Daniel Nogales

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Para la implementación de nuestra micro empresa dedicada al Diseño Gráfico y personalización de camisetas con técnicas de aerografía, se determinó realizar un estudio de mercado y un análisis financiero, así obteniendo como resultado nuestras fortalezas y oportunidades de esta manera mostrar la factibilidad del proyecto.

En ON –NOGI tenemos muy en claro que en la área de Diseño Gráfico y técnicas de aerografía es una inversión, esta debe ser rentable y fundamentalmente bien dirigida con profesionales actualizados con las técnicas y tendencias más importantes del ámbito.

Ponemos a disposición nuestros servicios en la área gráfica:

Gigantografía, Impresión digital laser, Solucione gráficas, Publicidad, y Técnicas en aerografía.

Figura 8. Bienes y servicios de la micro empresa on-nogi

GIGANTOGRAFÍA	**AEROGRAFÍA**	**IMPRESIÓN DIGITAL**	**SOLUCIONES GRÁFICAS**
Letreros Luminosos	Ilustraciones (creación de personajes)	Tarjetas de presentación	El diseño gráfico
Vallas Publicitarias	Estampe	Hojas Membretadas	El diseño Editorial
Banner Publicitario		Carpetas	El diseño gráfico Multimedia
		Sobres	
		Notas de escritorio	
		Diplomas	
		Tarjetas	
		Calendarios	
		Catálogos	
		Flyer	
		Volantes	

Elaborado por: Daniel Nogales

En nuestro proyecto elaboraremos ilustraciones innovadoras de la cultura de Quito ya que es la clave para obtener la ventaja competitiva en el entorno del Diseño Gráfico y las técnicas de Aerografía.

Esta innovación la vamos alcanzar por un proceso de generación de ideas con el fin de obtener un estilo propio y no común en nuestras ilustraciones, y el desarrollo de nuestras habilidades.

Nuestro estilo, es nuestra marca personal y será fácil de reconocer en cualquiera de nuestros servicios, cada uno de nuestro personal creativo tendrá esta labor poniendo su personalidad y experiencia en cada uno de nuestros trabajos.

2.03.01.01 Misión

Innovar con creaciones creativas y profesionales en el ámbito del Diseño Gráfico y Técnicas de aerografía, con personal altamente capacitado y tecnología de vanguardia, así brindar a nuestros clientes potenciales servicios y productos únicos, personalizados, y funcionales.

2.03.01.02 Visión

Ser una empresa en Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía líder en Ecuador, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes dándoles soluciones inmediatas y profesionales en cada uno de nuestros servicios y productos de alta calidad.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Ser la Microempresa de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía líder del mercado y que de un impacto en el desarrollo de la Ciudad de Quito, incluyendo nuevas técnicas.

2.03.01.03.02 Objetivo Específicos

- Determinar el nivel de aceptación por parte de la comunidad de Quito al incluir al mercado una Micro empresa de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía.
- Solicitar la propuesta en la comunidad con la finalidad no solo de atraer a futuros clientes sino posibles ocupadores en plazas de empleo.

- Elaborar un modelo de gestión adecuado que posiblemente la creación óptima de la Micro empresa de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía que permita reflejar la capacidad y el talento humano.
- Medir el nivel de competencia al cual se está sometiendo, para incluir prácticas eficaces.

2.03.01.04 Principios Y/O Valores

On-nogi sus actividades se desarrollan atreves de valores y principios que permitan el buen desenvolvimiento entre personal y cliente, en caminándonos a nuestra misión, visión y objetivos.

Liderazgo.- Nuestra Micro empresa hacia nuestra visión, ser la Micro Empresa de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía líder se la Provincia de Pichincha preocupándonos de nuestros empleados, compañeros y/o equipo que son nuestros pulmones de la Micro empresa.

Responsabilidad.-Cumplir con los trabajos respetando lineamientos y reglas.

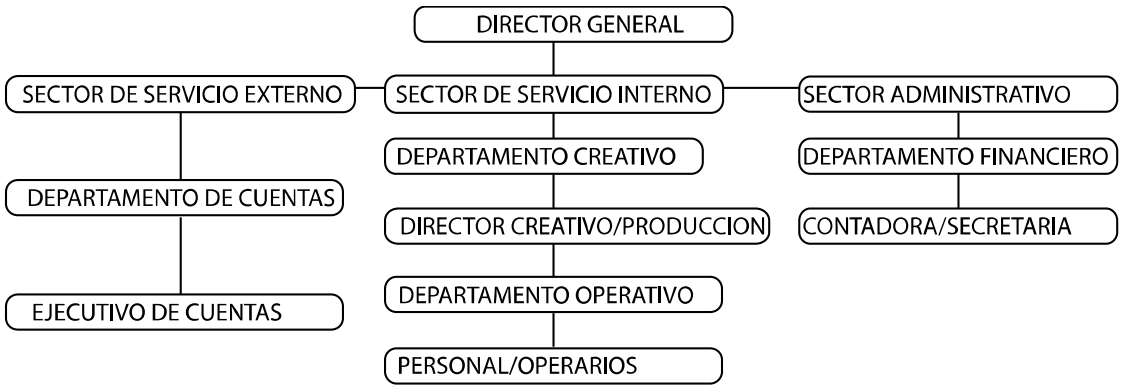
Amabilidad.- Tener en cuenta en ser amable con nuestros clientes y compañeros.

Honestidad.- De nuestra Microempresa a los demás.

2.03.02 Gestión Administrativa

La Microempresa on-nogi se estructura con la finalidad de que nuestro personal se sienta a gusto en su área de trabajo, es decir no hay indiferencias, ni prioridad con los demás departamentos.

Figura 9. Organigrama estructural de la microempresa on-nogi



Elaborado por: Daniel Nogales

2.03.03. Gestión Operativa

Al desarrollar la actividad operacional en la Microempresa ON-NOGI en su etapa inicial requerirá de un mínimo personal que realizará su trabajo en diferentes sectores interno, externo y administrativo para su funcionamiento.

Se describe a continuación los puestos y funciones que tiene bajo su responsabilidad cada uno de los miembros de la Microempresa.

Tabla5. Cargo y función del director general

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL ROL
DIRECTOR GENERAL	Regula la información y el intercambio fluido de información entre los demás departamentos. Capacidad de análisis para tomar decisiones. Manejo óptimo de recursos económicos y talento humano. Toma parte del equipo de trabajo con entusiasmo.	ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO	Fortalecimiento de la Microempresa Oportunidad de la Microempresa Satisfacción del personal y clientes Relaciones interpersonales	Profesionalismo Amplia experiencia laboral Formación académica Liderazgo

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla6. Cargo y función del ejecutivo de cuentas

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL ROL
EJECUTIVO DE CUENTAS	Analiza y determina las necesidades de comunicación del cliente Mantiene la relación entre la Microempresa y el cliente Presenta los trabajos finalizados al cliente	ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO	Fortalecimiento de la Microempresa Cumplimiento Leal Satisfacción de los clientes Relaciones interpersonales	Profesionalismo Iniciativa laboral Dinamismo

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla7. Cargo y función del director creativo

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL ROL
DIRECTOR CREATIVO	Planea y desarrolla la estrategia creativa de los diferentes medios TV, Radio, Impresos, Internet, etc.	ALTO MEDIO BAJO	Fortalecimiento de la Microempresa	Profesionalismo
	Plasma ideas creativas mediante Story Boards, bocetos, fotografías, logotipos, etc.	ALTO MEDIO BAJO	Creatividad	Amplia experiencia laboral
	Plasma ideas creativas forma gráfica digital.	ALTO MEDIO BAJO	Manejo de programas	Formación académica
	Diseña estrategias de medios.	ALTO MEDIO BAJO	Toma de decisiones	Iniciativa

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla8. Cargo y función del operador

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL ROL
OPERADOR	Realiza los diferentes procesos de impresión Gigantográfica, Offset o Impresión a laser digital Manejo y mantenimiento preventivo de maquinaria Control de calidad del producto	ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO	Fortalecimiento de la Microempresa Capacitación continua Satisfacción de clientes	Profesionalismo Ampliación de conocimientos Experiencia laboral

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla9. Cargo y función de la recepcionista/contadora

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL ROL
RECEPCIONISTA /CONTADORA	Su función financiera, de pagos a proveedores, la contabilidad y el control de presupuestos. Se encarga de informar acerca de los ingresos y egresos Informa estados financieros, toma decisiones	ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO ALTO MEDIO BAJO	Fortalecimiento de la Microempresa Rentabilidad económica Toma de decisiones	Profesionalismo Trabajo a presión Experiencia laboral

Elaborado por: Daniel Nogales

2.03.04 Gestión Comercial

Para la operación comercial tenemos el departamento de cuentas que está encargado principalmente para la elaboración de estrategias de comercialización de nuestros servicios/productos.

Nuestro Ejecutivo de cuentas analizara y determinara las necesidades de comunicación de los clientes y desarrollara la estrategia de comunicación, manteniendo la relación entre microempresa y el cliente.

Planificación

Como plan estratégico hemos decidió realizar una campaña publicitaria, con el fin de informar y promocionar nuestra marca corporativa que vamos a ofrecer en ON-NOGI.

- Investigación de clientes
- Contacto con el cliente
- Propuestas para clientes
- Contacto con proveedores
- Realización de servicios

2.03.04.01 Estrategia De Marketing

Para realizar la estrategia de Marketing de los servicios de Diseño Gráfico y Aerografía que se ofertan en el mercado se implementarán estrategias de Marketing Mix, en las principales áreas.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Producto/Servicio

Se otorgará un servicio personalizado y con talento humano profesional, se realizará capacitaciones para el mantenimiento de maquinaria, se mantendrá una comunicación fluida y directa con el cliente para obtener el conocimiento de sus necesidades.

Los servicios que se ofrecen son

1. Gigantografía
2. Aerografía
3. Impresión Digital Laser
4. Soluciones Gráficas.

1.- Gigantografía

En ON-NOGI se realizará impresiones con la más alta calidad con diseños creativos y con un alto acabado gráfico.

- Letreros Luminosos
- Vallas Publicitarias
- Banner Publicitario

2.- Aerografía

ON-NOGI tiene muy claro que en la área de Aerografía es una técnica que no es muy conocida por lo cual va a implementar en el Diseño Gráfico, lo que queremos es resaltar con un plus a nuestra microempresa en la creación de personajes de la cultura de Quito esta debe ser rentable y fundamentalmente bien dirigida con profesionales actualizados con las técnicas actualizadas en el ámbito.

- Ilustraciones (creación de personajes)
- Estampe

3.- Impresiones Láser

Dispondremos del servicio de impresión Láser en empresas que incluye desde papelería corporativa hasta la impresión de invitaciones para eventos, nuestra gama de materiales de alta calidad.

- Tarjetas de presentación
- Hojas Membretadas
- Carpetas
- Sobres
- Notas de escritorio
- Diplomas
- Tarjetas
- Calendarios
- Catálogos
- Flyer
- Volantes

4.- Soluciones Gráficas

El diseño gráfico, editorial, multimedia son servicios que ofrecemos a nuestros clientes, para renovar, crear o mejorar su imagen corporativa.

- Ilustraciones
- Páginas Web

Precio

Los precios se fijan con el deseo de obtener beneficios por parte de la Microempresa, este valor se lo determina de acuerdo al estudio de mercado que se desarrollara en la ciudad de Quito, pues expresa la aceptación del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho servicio, en la mente de los clientes potenciales, el precio puede determinar si los servicio de gigantografía, aerografía, impresión a láser y soluciones gráficas que se brindará tiene un mayor y mejor valor que el que brindará cualquiera de los competidores.

Plaza

El mercado la meta es el sector comercial de la ciudad de Quito sector sur, en las encuestas se manifiestan en la creación de una Microempresa que se dedique a los servicios de Gigantografias, Aerografía, Impresión Láser y Soluciones Gráficas, para evitar realizar sus trabajos en el norte de la ciudad.

La Microempresa ON-NOGI estará ubicada en el sur de la ciudad de Quito, en la Av. Nicolás Cevallos y Luis Duque, es un sector estratégico ya que nuestra imagen será muy atractiva y llamativa que permitirá atraer a futuros clientes.

Promoción

La propuesta de promoción y publicidad que se pretende realizar en este proyecto es dar a conocer a los clientes las características de los servicios, beneficios que obtendrán de su uso, y crear una relación Microempresa – Cliente para lograr el posicionamiento en la mente del consumidor.

Problemas Comunicacionales

Información: Por ser una nueva microempresa en la ciudad, nuestro grupo objetivo no conocerá nuestros servicios.

Persuasión: ON-NOGI carece de estrategias por ser nueva.

Posicionamiento: Nulo, ON-NOGI va entrar a un nuevo mercado competitivo, su imagen corporativa no se conoce por la población de Quito sector sur.

Mantenimiento: No hay acciones de mantenimiento, porque no existen estrategias de posicionamiento, se da a entender que nuestro grupo objetivo no conoce nuestra imagen corporativa.

Objetivos Publicitarios

Información: Informar a nuestro grupo objetivo todos los servicios que ofrece la Microempresa ON-NOGI.

- Página web

Contará con información electrónica, es decir nuestra misión, visión, entre otras y los servicios que ofreceremos, con el fin que nuestro grupo objetivo conozca más a fondo a la Microempresa.

Persuasión: Convencer a nuestro grupo objetivo de que nuestros servicios son los mejores, se va a elaborar: Afiches, Flyer .

1. **Afiches**

Se ubicarán en sitios estratégicos donde haya influencia de nuestro grupo objetivo.

2. **Flyer**

   Serán repartidos lugares estratégicos.

Posicionamiento:

Se realizará artes gráficas creativas con la finalidad que exista un impacto visual.

Estas artes serán transmitidos por medios externos como vallas publicitarias que están ubicadas en lugares estratégicos.

Mantenimiento:

Para establecer que nuestra imagen corporativa sea recordada se entregará a nuestros futuros clientes potenciales esferos y flash impresas con nuestro logotipo de ON-NOGI.

Estrategia Creativa

Beneficios Racionales

- Creatividad
- Innovación
- Talento
- Calidad
- Nueva maquinaria

Beneficios Emocionales:

- Seriedad
- Responsabilidad
- Pasión

- Puntualidad

Mensaje Básico: ON-NOGI Puntualidad y confianza en la producción de nuestros servicios.

Insight: ON-NOGI se diferenciara de la competencia como una microempresa con creatividad y pasión con nuestro trabajo.

Tono: Indiferente

Estilo: Amigable

Eje de Campaña: Un mundo de ideas.

Slogan: ON-NOGI enciende tus ideas

Plan De Medios

Medios Principales:

- Elaboración de una página web
- Afiches, Flyer.

Medios Secundarios:

- Vallas publicitarias

Medios Auxiliares:

- Material P.O.P.

Tabla 10. Flow chart

MEDIO	**INVERSION INDIVIDUAL**
MEDIOS PRINCIPALES	
PÁGINA WEB	80
FAN PAGE FACEBOOK	45
SUBTOTAL	**125**

MEDIOS SECUNDARIOS	
3 VALLAS PUBLICITARIAS	1600
SUBTOTAL	**1600**

TOTAL INVERSION MEDIOS	1725
TOTAL PAUTAJE DE MEDIOS	1725
TOTAL PRODUCCIÓN	3500
TOTAL MEDIOS	4322
10% INVERSION	43,22
TOTAL DE CAMPAÑA	**11315**

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 11. Presupuesto de producción

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO GRÁFICO QUE BRINDE SERVICIOS EN PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS CON TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA, PARA RESALTAR LA CULTURA DE QUITO, LOGRANDO INCREMENTAR EL TURISMO EN EL ECUADOR, UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO.

PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN	
MEDIOS PRINCIPALES	350
MEDIOS SECUNDARIOS	85
MEDIOS AUXILLARES	120
SUBTOTAL	**555**

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 12. Costos de medios principales

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	12% IVA	VALOR TOTAL
2000	AFICHES A3	0,60	1.200,00	144	1.344,00
5000	AFICHES A5	0,20	1.000,00	120	1.120,00
				TOTAL	2.464,00

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 13. Costos de medios auxiliares

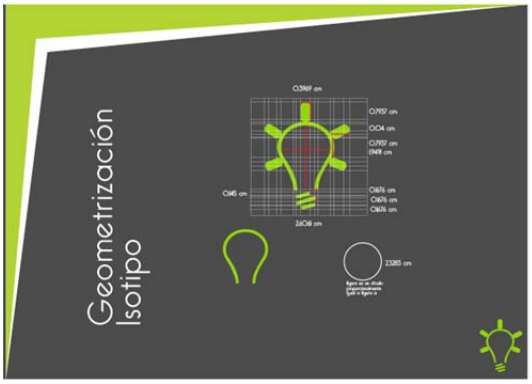
CANTIDAD	CONCEPTO C	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	12% IVA	VALOR TOTAL
1500	ESFEROS	0,45	675,00	81	756,00
200	FLASH MEMY	3,50	700,00	84	784,00
				TOTAL	1.540,00

Elaborado por: Daniel Nogales

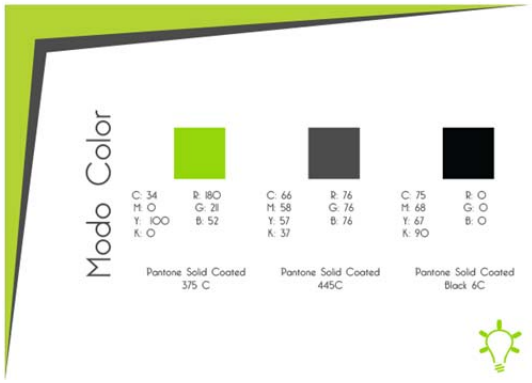
Manual Corporativo

Justificación Teorica
ON-NOGI
Es una construcción de ideas creativas y innovadoras.
solucionen diversos problemas comunicacionales y generen a su vez un correcto posicionamiento que como denota el nombre de la microempresa "ON-NOGI".
Se ha elegido el nombre "ON-NOGI", por congnotacion de ensender, activar, con un ON a una representacion de un foco , la palagra NOGI es el diminutivo, es referente al arbol con el nombre nogal el cual precide a salvar a nuestro ambiente, que es un objetivo de nuestra microempresa en ser amigable con nuestro medio ambiente, se a escogido "Enciende tus Ideas" como complemento del nombre de la microempresa, representando la actividad en si que se realiza en la misma, puesto que al ensender un foco nos da la representamos de una nueva idea.

Logotipo
nhoGi
enciende tus ideas
Tipografía: Bellerose Light1.O
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789O
Isotipo
La elaboracion de nuestro isotipo so a tomado una forma sintetizadar a un foco que representa la innovacion, cratividad de nuevas ideas que representan a la empresa.
En la construcción del isotipo, se sentido icónico representa como la vocal O de la palabra "ON", mientras en sentido simbólico denota, Ideas,cratividad.
En cuanto a color el verde demuestra nuestra responsabilidad con el medio ambiente, el color negro es nuestra elegancia y seriedad con nuestros clientes en tiempo y calidad de nuestros servicios, el color plomo nos demuestra amabilidad y confianza.


Geometrización Isotipo

Cuadricula
nhoGi
enciende tus ideas


Modo Color
C: 34
M: O
Y: 100
K: O
R: 180
G: 211
B: 52
C: 66
M: 58
Y: 57
K: 37
R: 76
G: 76
B: 76
C: 75
M: 68
Y: 67
K: 90
R: O
G: O
B: O
Pantone Solid Coated 375 C
Pantone Solid Coated 445C
Pantone Solid Coated Black 6C

Positivo/Negativo Full Color
nhoGi
enciende tus ideas
nhoGi
enciende tus ideas
nhoGi
enciende tus ideas

Escala de Grises
nhoGi
enciende tus ideas
Opacidad
Maxima / Minima
100% / 20%

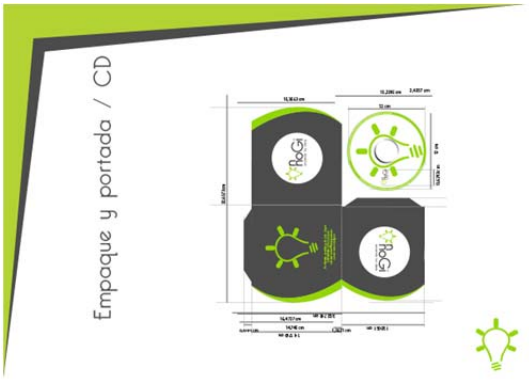
Aplicacion de color
Aplicables
nhoGi
enciende tus ideas
No Aplicables

Disposiciones Permitidas
Disposiciones No permitidas
nhoGi
enciende tus ideas

Tamaño mínimo de legibilidad
W = 18mm
H = 15mm
Tamaño Maximo
nhoGi
enciende tus ideas
W = 2000mm
H = 2527mm

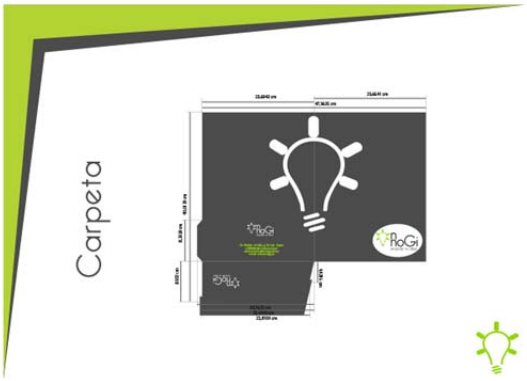
Papeleria Corporativa
nhoGi
enciende tus ideas
Tipografia Bellerose Light10

Hoja membretada
nhoGi


Empaque y portada / CD

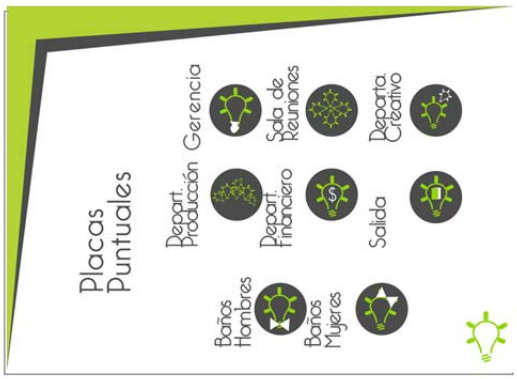
Tarjeta de presentación
Sobre

Factura
Retención


Carpeta

Señalética Interna
nhoGi
enciende tus ideas

Directorio
nhoGi
enciende tus ideas
1ER. PISO
GERENCIA
SALA DE REUNIONES
DPT. CREATIVO
DPT. FINANCIERO
RECEPCIÓN
DPT. DE PRODUCCIÓN
CAFETERIA


Placas
Puntuales
Depart. Producción
Gerencia
Sala de Reuniones
Depart. Financiero
Depart. Creativo
Salida
Baños Hombres
Baños Mujeres

Uniformes
nhoGi
enciende tus ideas

Oficina
Producción

Vehículos
Institucionales
nhoGi

Merchandaising
Material POP
nhoGi

Paginja Web

Valla

Afiche

Flyer

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO GRÁFICO QUE BRINDE SERVICIOS EN PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS CON TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA, PARA RESALTAR LA CULTURA DE QUITO, LOGRANDO INCREMENTAR EL TURISMO EN EL ECUADOR, UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO.

2.04 Análisis Foda

Nuestro análisis FODA siendo una herramienta que nos ayudará a conocer la situación actual de nuestra microempresa, obteniendo un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones precisas con los objetivos y políticas.

Este análisis se demuestra Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se ha desarrollado después de haber realizado el estudio de mercado.

Fortalezas: Son capacidades de ON-NOGI , capacidades y habilidades únicas que nos permitan tener un liderazgo con nuestra competencia.

Oportunidades: Son factores positivos que nos beneficiarán y nos permitirán obtener ventajas con nuestra competencia.

Debilidades: Son factores negativos que nos provocan una posición desfavorable con nuestra competencia.

Amenazas: Son situaciones negativas externas que podrían obstaculizar nuestros objetivos.

Tabla 14. Análisis foda

FOTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
Precios Competitivos	Mal servicio en el mercado
Personal Capacitado	Necesidad de los servicios
Maquinaria Moderna	Escases de empresas dedicadas a, Aerografía, Impresión Digital, Soluciones gráficas.
Instalaciones adecuadas	
Experiencia en los servicios a ofrecer	
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
Existencia de empresas de impresión	Aumento de competencia
Poca demanda	Inestabilidad Económica en el país

Elaborado por: Daniel Nogales

Capítulo III

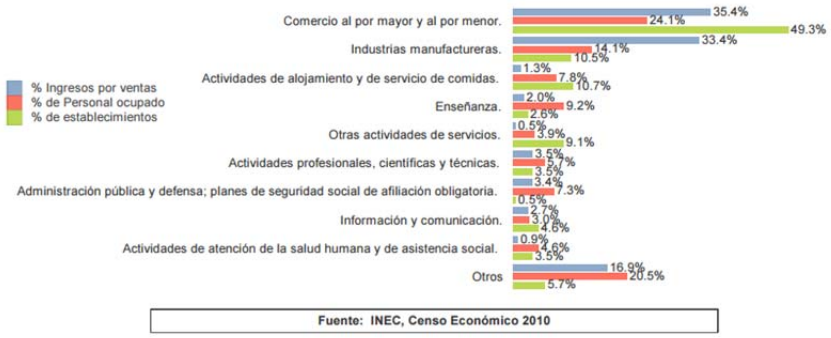
Estudio de Mercado

3.01 Análisis Del Consumidor

3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra

La población del sector Comercial, (Empresas Públicas y Privadas) de la Ciudad de Quito, existe la utilización del servicio de Diseño Gráfico y Aerografía es mayor.

Figura 12. Principales actividades que generan mayor ingreso



Elaborado por: Daniel Nogales

En la capital ecuatoriana el 82% de las ventas las realizan las empresas grandes y el 90% de las pequeñas empresas venden el 2%. El 74% de las empresas de Quito invierten en investigación y desarrollo tecnológico, en Guayaquil la cifra es del 16%. En Quito en la última década se crearon el 80% de las empresas existentes.

Segmentación del Mercado

Esta etapa tiene como objetivo de direccionar nuestro estudio a posibles consumidores.

En el mercado está constituido por el Sector Comercial, del Sector Público y Privado siendo esta área nuestra población y grupo objetivo de estudio, considerados por cuanto tienen poder adquisitivo que les permite acceder a la compra y utilización de un bien y servicio.

Segmentación Geográfica

Ciudad Quito: Sur, Centro, Norte.

Tabla 15. Segmentación demográfica

EDAD	18 A 35
GÉNERO	HOMBRES Y MUJERES
OCUPACIÓN	ESTUDIANTES, PROFECIONALES
NIVEL EDUCATIVO	SECUNDARIO, UNIVERSITARIA
NIVEL SOCIOECONÓMICO	MEDIO Y MEDIO ALTO

Elaborado por: Daniel Nogales

Tamaño de la Población

El tamaño de muestra se ha considerado el total del Sector Comercial de la Ciudad de Quito correspondiente del año 2014, constituyéndose en el mercado meta al cual se aplicará las encuetas formuladas a técnica de cuestionario.

Calculo de la muestra

Calcularemos el tamaño de la muestra tomando en cuenta la siguiente formula:

$$n = \frac{N^* \ Z_x^2 * p * q}{e2\ (N-1) + \ Z_x^2 * p * q}$$

N es población

Z nivel de seguridad que la muestra calculada.

p la variable que se refleja

e como error máximo admisible

q probabilidad de fracaso

Población

Tamaño de la muestra:

Datos:

N= TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

Z= NIVEL DE CONFIANZA

P= PROBABILIDAD DE ÉXITO

q = PROBABILIDAD DE FRACASO

d = PRECISIÓN (Error admisible en términos proporcionales).

DESARROLLO:

N= 467000 (POBLACION ÁREA COMERCIAL)

Z = 1.95 ya que el nivel de confianza es de 95%

Tabla 16. Cuadro de intervalos de confianza

INTERVALO DE CONFIANZA	Z
70%	1.04
75%	1.15
80%	1.28
85%	1.44
90%	1.64
95%	1.96
96%	2.05
99%	2.57

p = 0,07 para maximizar el tamaño de muestra

q = (1- p) = (1- 0.05) = 0.93

e = 3% = 0,04

$$n = \frac{N * Z_x^2 * p * q}{e2\,(N-1) + Z_x^2 * p * q}$$

$$n = \frac{467000 * 1.95^2 * 0.05 * 0.93}{0.04^2\,(467000 - 1) + 1.95^2 * 0.05 * 0.93}$$

$$n = \frac{115602{,}464250}{747{,}19840 + 0{,}24754}$$

$$n = \frac{115602{,}464250}{747{,}44594}$$

n= 154,66331

Se requiere encuestar a 154 personas para tener una seguridad del 95%

3.01.02 Técnicas De Obtención De Información

Es con el fin de realizar una información valedera que permita la resolución de problemas, hemos realizado la encuesta obteniendo como resultado la cuantificación de la demanda insatisfecha; la entrevista a propietarios de empresas gráficas donde se averiguo los hechos de nuestro problema.

Primarias

Encuesta

Obtener información para los proyectos, se ha realizado una encuesta con la finalidad de conocer a nuestra demanda y sus necesidades, que se ha dirigido a la Ciudad de Quito sector sur.

Entrevista

Se utilizó la encuesta a propietarios de empresas que son considerados como competencia directa a nuestra Microempresa, que ofrecen servicios de Diseño Gráfico y Aerografía.

Secundarias

Son escritos que proceden de un contacto de la práctica, han sido elegidos por investigadores. En nuestro proyecto nos a servido de mucha ayuda.

3.1.3 Análisis De La Información

La elaboración de nuestra encuesta se ha desarrollado con los siguientes objetivos con el fin de guiarnos de en un buen manejo de estudio para nuestro proyecto.

Objetivos de Investigación

- Cuantificar el número de empresas como futuras competencias que existen en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.
- Comparar la oferta del servicio que ofrecen la competencia en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.
- Conocer la demanda del servicio de la Microempresa en Diseño Gráfico y Aerografía, en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.
- Realizar un análisis del porque realizan trabajos gráficos como de aerografía en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.

- Analizar la factibilidad de implementar en el mercado de la Ciudad de Quito sector sur, una Microempresa de Diseño Gráfico y Aerografía en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.
- Conocer los canales de comercialización de los principales proveedores de maquinaria para impresión y suministros en aerografía en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.
- Conocer el porcentaje de aceptación de la Microempresa de Diseño Gráfico y Aerografía en la ciudad de Quito sector Sur en enero del 2015.

MODELO DE ENCUETA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

DISEÑO DE ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLOGICO "CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR"CORDILLERA"

Diseño Gráfico

Estudio de Factibilidad

Quito Enero del 2015

Indicación: Conteste la presente encuesta según su criterio.

Género: M F

1. Marque con una X según crea conveniente:

PRIMARIA

SECUNDARIA

UNIVERSITARIA

2. ¿Tiene un local de Diseño Gráfico, Aerografía realiza sus trabajos?

SI

NO

3. ¿Desearía invertir en publicidad para incrementar su negocio?

SI

NO

4. ¿Qué servicios de Diseño Gráfico le gustaría realizar, para incrementar el consumo de sus productos o servicios?

Afiches

Banners

Gigantografía

Aerografía.

Otras….

5. ¿Qué calidad de servicio quisiera usted?

Calidad de trabajo

Tiempo de trabajo

Calidad de material

6. ¿Qué servicio de Diseño Gráfico le gustaría invertir y técnicas personalización?

Diseño Corporativo

Diseño Editorial

Diseño Multimedia

Aerografía

Sublimación

7.¿Comó considera usted la atención al cliente en lugares que ofrecen servicio de Diseño Gráfico?

Muy bueno Bueno Malo

8. ¿Cómo a recibido sus acabados gráficos en lugares que ofrecen servicios de Diseño Gráfico?

Muy bueno Bueno Malo

9. ¿Qué medios de comunicación utilizaría para que llegue su información de nuestros servicios como Micro empresa de Diseño Gráfico y Aerografía?

Radio

Volantes

Afiches

Tv

Internet

10. ¿A realizado usted servicios de personalización en técnicas de aerografía?

SI

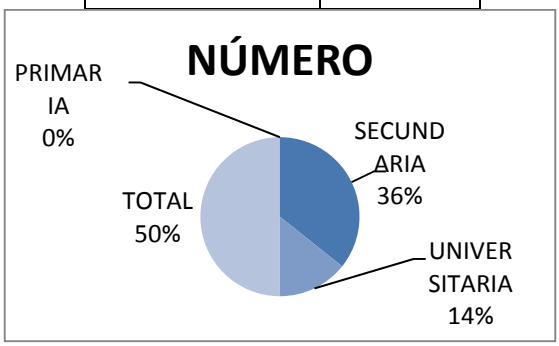
NO

Tabulación Encuesta Realizada En Estudios De Mercado En El Sector Comercial

Las encuestas se realizaron a total de 154 personas en la ciudad de Quito sector sur, se calculó en la muestra realizada anterior y los resultados son:

Figura 13. Pregunta n.1 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
PRIMARIA	0
SECUNDARIA	110
UNIVERSITARIA	44
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

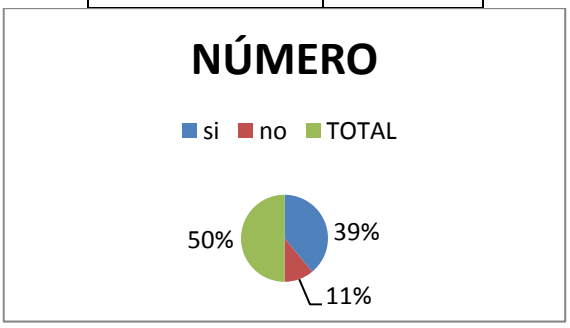
Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 110 han culminado la secundaria, 44 son universitarios.

Análisis:

Podemos señalar que hay un alto grado de personas que han culminado la secundaria y un porcentaje menos de personas que tiene un título de tercer grado.

Figura 14. Pregunta n.2 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
si	54
no	100
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

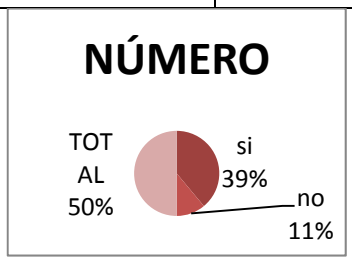
Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 100 han respondido con un si ,y el 54 un no.

Análisis:

Podemos señalar que hay un menor grado de personas que han realizados trabajos de aerografía en centros de Diseño Gráfico.

Figura 15. Pregunta n.3 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
si	120
no	34
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

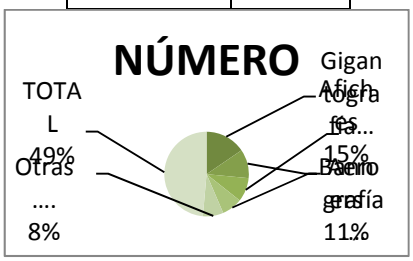
Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 120 han respondido con un sí, y el 34 un no.

Análisis:

Podemos señalar que hay un alto grado de personas quieren invertir en sus negocios en publicidad en centros de Diseño Gráfico.

Figura 16. Pregunta n.4 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Afiches	49
Banners	35
Gigantografía	29
Aerografía.	25
Otras….	25
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

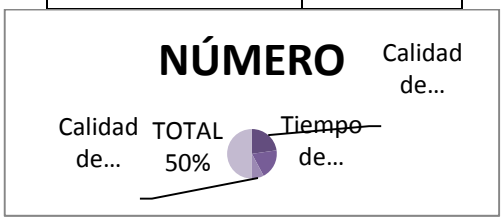
Se indica gráficamente casi la mitad de personas realizan el servicio de afiches con un 49, el que le sigue son los banners con un 35 en números, en gigantografías tenemos un significativo puntaje de 29, en aerografía casi es escaso con un numero de 25, y en otros servicios gráficos con un 25.

Análisis:

El 25% de la población encuestada da a conocer que necesitan servicios de Aerografía cono de Diseño Gráfico, el 25% por ciento entre otras.

Figura 17. Pregunta n.5 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Calidad de trabajo	70
Tiempo de trabajo	60
Calidad de material	24
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

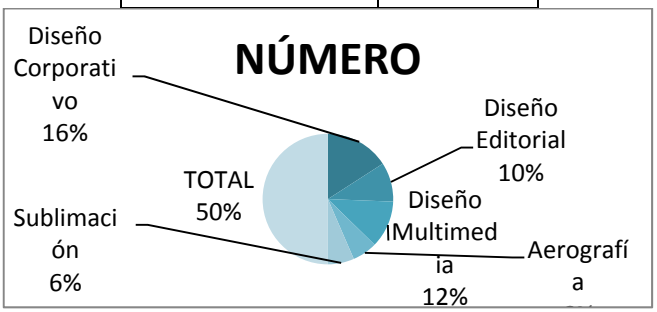
Los resultados indican que el 70 de las personas encuestadas se inclinan a dar preferencia la calidad de trabajo y el 60 prefieren el tiempo de trabajo y el restante calidad de material.

Análisis:

La población encuestada da a conocer que su necesidad es realizar trabajos de alta calidad y con un tiempo de entrega accesible en la Ciudad de Quito sector sur.

Figura 18. Pregunta n.6 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Diseño Corporativo	49
Diseño Editorial	30
Diseño Multimedia	36
Aerografía	19
Sublimación	20
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

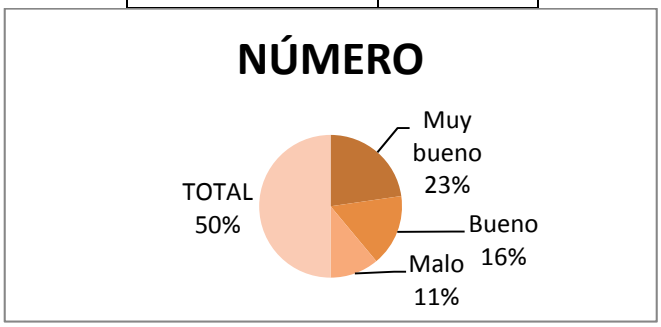
Los resultados indican que el 49% de las personas encuestadas se inclinan a dar preferencia Diseño Corporativo, el 30% prefieren Diseño Editorial y el 36% Diseño Multimedia, el 19% en técnicas de aerografía por desconocimiento y sublimación un 20%.

Análisis:

Podemos observar que casi la mitad realiza trabajos en Diseño Corporativo, es una inversión a futuro el punto que más queremos referirnos es de la Aerografía es un porcentaje menos de la mitad lo cual nos indica que hay una escases e información por parte de los futuros clientes en la Ciudad de Quito sector sur.

Figura 19. Pregunta n.7 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Muy bueno	70
Bueno	50
Malo	34
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

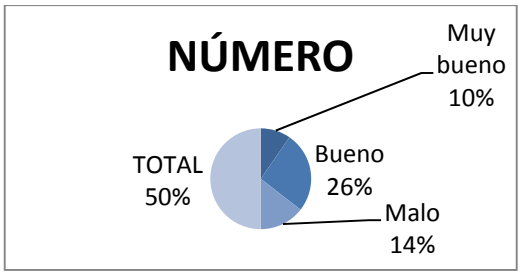
Los resultados indican que el 70% de las personas encuestadas nos indican que la atención al cliente es muy buena , el 50% es la mitad que indican que su atención es Bueno y un reducido resultado del 34% es malo esto nos indica que tenemos un gran trabajo en fortalecernos con talento humano.

Análisis:

Podemos observar que más de la mitad de las personas que van a un centro de Diseño Gráfico tiene una buena atención esta información es muy valiosa ya que la competencia es muy estricta en atención al cliente en la Ciudad de Quito sector sur.

Figura 20. Pregunta n.8 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Muy bueno	30
Bueno	80
Malo	45
TOTAL	**155**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

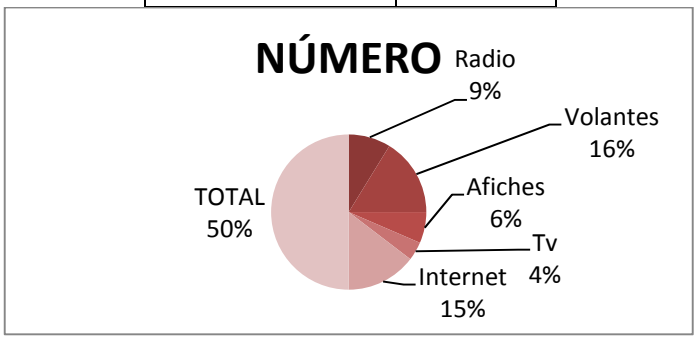
Los resultados indican que el 30% de las personas encuestadas nos indican que los acabados gráficos, cliente es muy buena, el 80% es más de la mitad que indican que su atención es Bueno y un reducido resultado del 45% es malo esto nos indica que tenemos un gran trabajo en fortalecernos con talento humano.

Análisis:

Podemos observar que el 30% es muy bueno es un rango muy débil de nuestra competencia es un punto de fortaleza para nuestra Microempresa, en la Ciudad de Quito sector sur.

Figura 21. Pregunta n.9 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
Radio	27
Volantes	50
Afiches	20
Tv	12
Internet	45
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

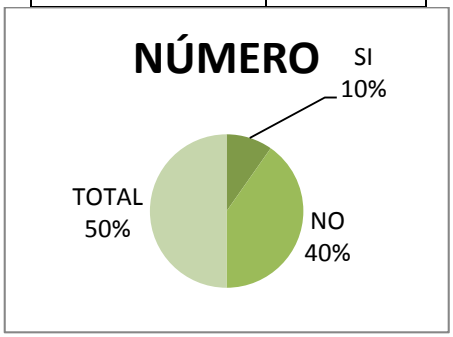
Los resultados indican que el 27% de las personas encuestadas nos indican que realizan sus campañas en radio, el 50% prefiere volantes, el 20% destina su publicidad afiches, el 12% que es muy bajo en TV, el 45% en internet.

Análisis:

Podemos observar que el el 50% en volantes lo que indica que si hay un gran incremento en publicidad móvil, el 45 es un poco relevante ya que los clientes prefieren realizar sus campañas por redes sociales utilizando el Internet.

Figura 22. Pregunta n.10 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
SI	30
NO	124
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 30% han respondido con un sí, y el 124 un no.

Análisis:

Podemos señalar que hay un alto grado de personas que no han realizado un servicio en tema de aerografía y un 30% de personas lo han hecho esta es una ventaja para nuestra Microempresa ya que la competencia no tiene servicio de aerografía.

Tabulación de entrevistas a propietarios de empresas gráficas

Empresa comserv

¿Qué factores productivos considera los más importantes?

Los factores más importantes son nuestra maquinaria

¿Cuál es el número que trabajadores que trabajan en su empresa con conocimientos en Diseño Gráfico?

Son tres personas que trabajan en el área de Diseño Gráfico con conocimientos referentes al tema.

¿Qué frecuencia realiza trabajos relacionados en tema de Diseño Gráfico?

Diariamente

¿Aparte del servicio de Diseño Gráfico que servicio más brinda a sus clientes?

Ninguno solo servicios relevantes a Diseño Gráfico.

¿Sus precios son competitivos a relación de su competencia?

Nuestros precios son cómodos.

¿Realizan personalización en técnicas de aerografía en cualquier superficie?

No realizaos ese tipo de servicio y no tenemos conocimiento.

¿A existido problemas con clientes en temas de Servicios de Diseño Gráfico?

Habitualmente no, pero si hay clientes exigentes.

¿Qué tipo de maquinaria utilizan para dar servicio a sus clientes potenciales?

Imprenta GTO

Impresora HP5000

Plotter Roland

¿Qué tiempo esta establecida su empresa en el mercado?

Cuatro años en el mercado

Análisis De La Entrevista

Esta técnica de investigación fue bien empleada, porque nos sirvió para obtener información veraz y efectiva para nuestro proyecto, hemos obtenido las frecuencias de producción, maquinaria, número de personas que trabajan y cuáles son sus funciones en la competencia, servicios y detallamos que aún no existe conocimiento en tema de técnicas de Aerografía lo cual nos sigue dando la ventaja y fortalecimiento en nuestra Microempresa en Diseño Gráfico y Aerografía.

Por la información brindada se realizó, el siguiente FODA.

Tabla 17. Foda De Entrevistas Aplicadas En El Estudio De Mercado

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Demanda de servicios gráficos Maquinaria moderna Instalaciones	Ser Líderes en servicio de técnicas de Aerografía
DEBILIDADES	AMENAZAS
Demanda de Empresas que dan servicio de impresión	Competencia desleal

Elaborado por: Daniel Nogales

Evaluación De La Información

Encuestas

Se realizó una investigación sobre la demanda del servicio de Diseño Gráfico y Aerografía que existe en la Ciudad de Quito sector sur, utilizando la técnica de encuestas a las empresas autorizadas por el SRI de la Ciudad de Quito, que son potenciales al brindar servicios de Diseño Gráfico.

Entrevistas

Se realizó esta técnica a los propietarios de las empresa gráficas que son considerados como futuras competencias de nuestra Microempresa dedicada al Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito, sirvió para obtener información de relevancia en producción, tipo de maquinarias, personal que trabaja y lo principal generar conocimiento de la funcionalidad de una empresa dedicada a brindar servicios de Diseño Gráfico en la ciudad de Quito sector sur.

Identificación Del Problema Diagnóstico

Al finalizar la investigación de campo, se a realizado una amplia recopilación de información relevante de diferentes técnicas de investigación científicas como (encuestas y entrevistas).

Se puede concretar que en la Ciudad de Quito sector sur no existe una empresa o microempresa que brinde un servicio de Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito.

Por lo tanto es necesaria la creación de nuestra Microempresa dedicada al Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito.

3.02 Oferta

3.02.01 Oferta Histórica

En la Ciudad de Quito Sector Sur en tema de Diseño Gráfico se han desarrollado técnicas de impresión muy básicas a lo complejo, y al transcurso del tiempo, la evolución de la tecnología.

Los productos y servicios que brindaban fueron tipográfico, en talleres o conocidos como imprentas, elaboraban trabajos muy básicos como aplicar tinta sobre los tipos y transferirlos al papel con precisión, su producción radicaba en libros, agendas, revistas etc.

3.02.02 Oferta Actual

En la actualidad como Microempresa dedicada al Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito, podemos dar relevancia que en la actualidad existen empresas dedicadas al Diseño Gráfico pero no a Técnicas de Aerografía.

Lo cual somos aventajados con un plus en nuestra Microempresa.

3.02.03 Oferta Proyectada

Nuestra situación económica por la que estamos atravesando nos sentimos en la obligación de mantenernos al tanto de las innovaciones tecnológicas y de los procesos que con el paso del tiempo van cambiando, en el área de Diseño Gráfico es necesario incluirlos estos nuevos conocimientos por exigencia del entorno que nos desenvolvemos.

3.03 Productos Sustitutos

3.03.01 Oferta Histórica

En la Ciudad de Quito Sector Sur al ser una capital a tenido una enorme relevancia en artes impresos desde sus comienzos, pero sus principios relatan de arte tipográfico.

Los productos y servicios que brindaban fueron tipográfico, en talleres o conocidos como imprentas, elaboraban trabajos muy básicos como aplicar tinta sobre los tipos y transferirlos al papel con presión, su producción radicaba en libros, agendas, revistas etc.

Mientras que gráficas son consideradas al sumar al proceso de imprenta al arte gráfico con su trabajos terminados

3.03.02 Oferta Actual

Al pasar el tiempo en la ciudad de Quito sector sur se han incrementado empresas que brindan Servicios Gráficos, que son considerados a nuestro estudio como empresas sustitutas.

Tabla 18. Ubicación de establecimientos gráficos 2015

NOMBRE	DIRECCIÓN
SURGIGANTOGRAFIA	AV MARISCAL SUCRE Y MENA 2
IMPRIMESUR	AV MARISCAL SUCRE Y SECTOR CHILLOGALLO
IMPRENTASUR	NICOLAS CEVALLOS Y SUCRE

Elaborado por: Daniel Nogales

Servicios que ofrecen son:

Diseño Gráfico e Imprenta

Revistas

Libros

Papelería

Carnets

Sobres

Hoja membretada

Etiquetas

Adhesivos

Facturas

Órdenes de compra

Retenciones

Diseño de material para punto de venta

Volantes

Afiches

Dípticos

Material P.O.P

3.03.03 Oferta Proyectada Productos Sustitutos

En la Ciudad de Quito sector sur donde será establecida la Microempresa dedicada al Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito.

Después de la investigación de campo podemos determinar que la mayoría de estos servicios no logran satisfacer la demanda debido a tiempos de entrega, maquinaria.

3.04 Demanda

3.04.01 Demanda Historia

Para la demanda histórica se ha tomado los ingresos netos más altos, en primer de la única entidad que brinda casi los mismos servicios, analizaremos mediante el cálculo de la tasa de crecimiento con un periodo considerado de enero del 2010 a junio del 2013 dividido en 5 semestres.

Tomando en cuenta la variable tiempo y nivel de ingresos netos.

Tabla 19. Tasa de crecimiento ingresos netos al 2013

Competencia directa

	COMSERV	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	ENERO_JUNIO	6000
SEMESTRE2	JULIO_DICIEMBRE	5800
SEMESTRE3	ENERO_JUNIO	7000
SEMESTRE4	JULIO_DICIEMBRE	5500
SEMESTRE5	ENERO_JUNIO	5000

Tasa De Crecimiento

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

$$\left(\frac{6000}{5000}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 3.01%

Elaborado por: Daniel Nogales

Se puede observar en el cálculo, se determina que COMSERV es la entidad con un crecimiento anual 3.01%.

Figura23. Acordar tasas de crecimiento ingresos netos al 2013

Competencia indirecta

	SURGIGANTOGRAFIAS	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	ENERO_JUNIO	3500
SEMESTRE2	JULIO_DICIEMBRE	3800
SEMESTRE3	ENERO_JUNIO	4000
SEMESTRE4	JULIO_DICIEMBRE	4100
SEMESTRE5	ENERO_JUNIO	4100

	IMPRIMESUR	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	ENERO_JUNIO	2040
SEMESTRE2	JULIO_DICIEMBRE	2000
SEMESTRE3	ENERO_JUNIO	1900
SEMESTRE4	JULIO_DICIEMBRE	2110
SEMESTRE5	ENERO_JUNIO	2300

TASA CRECIMIENTO

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

$$\left(\frac{4100}{3500}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 3.22%

TASA CRECIMIENTO

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

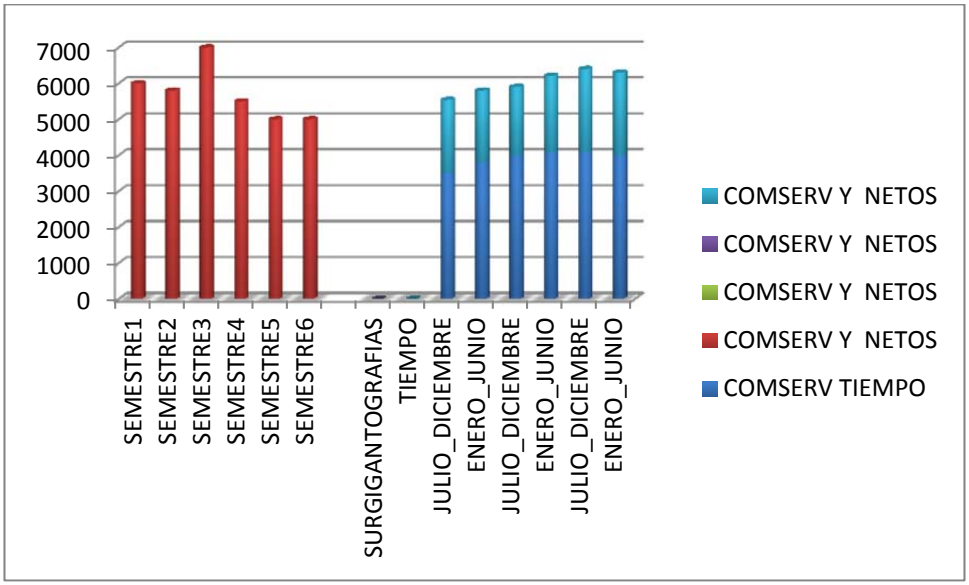
$$\left(\frac{2300}{2040}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 0.68%

Elaborado por: Daniel Nogales

Se puede observar en el cálculo, se determina que SURGIGANTOGRAFIAS tiene una tasa del 3.22% que es insignificante en comparación a IMPRIMESUR con un crecimiento del 0.68.

Figura 24. Tasas de crecimiento ingresos netos consolidado al 2013



Elaborado por: Daniel Nogales

Como demuestra el grafico determinamos que COMSERV es el que tiene mayor índice de crecimiento, SURGIGANTOGRAFIAS tiene un incremento pero no es muy relevante al volumen de sus ingresos netos su tasa de crecimiento es menor a la de IMPRIMESUR aporta un nivel bajo de ingresos.

3.04.02 Demanda Actual

Tomaremos el detalle de crecimiento actual, hasta el último semestre corriente (julio-diciembre 2014) que son los datos más actualizados que poseemos.

Tabla 20. Tasas de crecimiento ingresos netos al 2014 competencia directa

	COMSERV	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	JULIO_DICIEMBRE	6000
SEMESTRE2	ENERO_JUNIO	5800
SEMESTRE3	JULIO_DICIEMBRE	7000
SEMESTRE4	ENERO_JUNIO	5500
SEMESTRE5	JULIO_DICIEMBRE	5000
SEMESTRE6	ENERO_JUNIO	7500

Tasa De Crecimiento

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

$$\left(\frac{6000}{7500}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 3.40%

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 21. Tasas de crecimiento ingresos netos al 2014 competencia indirecta

	SURGIGANTOGRAFIAS	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	JULIO_DICIEMBRE	3500
SEMESTRE2	ENERO_JUNIO	3800
SEMESTRE3	JULIO_DICIEMBRE	4000
SEMESTRE4	ENERO_JUNIO	4100
SEMESTRE5	JULIO_DICIEMBRE	4100
SEMESTRE6	ENERO_JUNIO	4000

	IMPRIMESUR	
	TIEMPO	Y NETOS
SEMESTRE1	JULIO_DICIEMBRE	2040
SEMESTRE2	ENERO_JUNIO	2000
SEMESTRE3	JULIO_DICIEMBRE	1900
SEMESTRE4	ENERO_JUNIO	2110
SEMESTRE5	JULIO_DICIEMBRE	2300
SEMESTRE6	ENERO_JUNIO	2300

TASA CRECIMIENTO

CRECIMIENTO

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

$$\left(\frac{4000}{3500}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 2.71%

TASA

$$\frac{S}{P}^{1/n} - 1$$

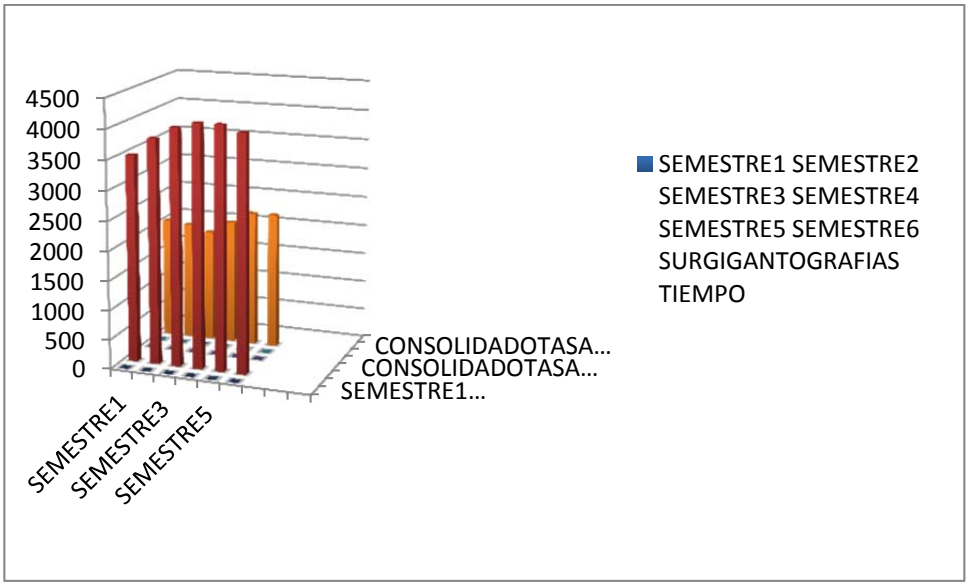
$$\left(\frac{2300}{20\,40}\right)^{1/5} - 1$$

TC= 2.43%

Elaborado por: Daniel Nogales

Los resultados obtenidos series tomadas a las tres empresas más relevantes de la Ciudad de Quito sector sur en el periodo entre julio- diciembre 2011 al enero-junio 2014 hubo un incremento semestral.

Figura 25. Tasas de crecimiento ingresos netos consolidado al 2014



Elaborado por: Daniel Nogales

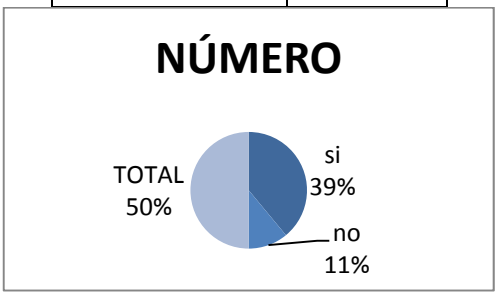
Como demuestra el gráfico determinamos que COMSERV al 2014 es el que tiene mayor índice de crecimiento, SURGIGANTOGRAFIAS tiene un incremento pero no es muy relevante al volumen de sus ingresos netos su tasa de crecimiento es menor a la de IMPRIMESUR aporta un nivel bajo de ingresos.

3.04.03 Demanda Proyectada

Según la información recopilada de las encuestas nos hemos fijado en la pregunta N.3

Figura 15. Pregunta n.3 estudio de mercado

VARIABLE	NÚMERO
si	120
no	34
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 120% han respondido con un sí, y el 34% un no.

Podemos señalar que hay un alto grado de personas quieren invertir en sus negocios en publicidad en centros de Diseño Gráfico.

3.05 Balance Oferta- Demanda

3.05.01 Balance Actual

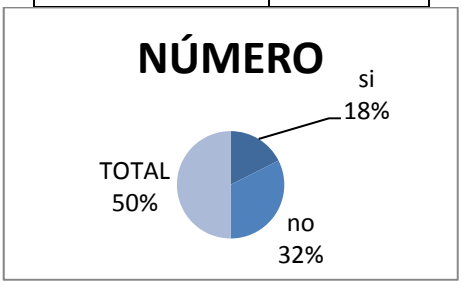
La oferta y demanda podemos llegar a la conclusión que el nivel de oferta se encuentra estable según el cálculo de las tasas de crecimiento, podemos ver en las encuestas y entrevistas que existe una demanda que no puede cubrir la competencia. Es buena noticia para nuestra Microempresa ya que nosotros cubriremos estas demandas en un solo lugar en la Ciudad de Quito sector sur.

3.05.02 Balance Proyectado

El análisis de Balance proyectado tenemos como referencia a la pregunta N2 de nuestro cuestionario.

Figura 14. Pregunta N.2 Estudio De Mercado

VARIABLE	NÚMERO
si	54
no	100
TOTAL	**154**



Fuente: Encuesta elaborada en el área comercial de la ciudad de Quito sector sur.

Elaborado por: Daniel Nogales

Interpretación:

Se observa que entre las 154 personas encuestadas, de un 100 han respondido con un sí ,y el 54 un no.

Análisis:

Podemos señalar que hay un menor grado de personas que han realizados trabajos de aerografía en centros de Diseño Gráfico.

Capítulo IV

Estudio Técnico

4.01 Tamaño Del Proyecto

El tamaño de la empresa dependerá de su capacidad para realizar sus actividades.

4.01.01 Capacidad Instalada

Es la disponibilidad de la infraestructura para realizar nuestros productos y servicios.

Para nuestro sistema operativo necesitamos de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinarias, para brindar un excelente servicio.

Equipamiento

ON-NOGI requerirá de equipos de oficina, muebles, maquinaria, y enseres para desarrollar sus actividades con el siguiente detalle:

Tabla22. Requerimiento de equipos, muebles, enseres y maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREA ADMINISTRATIVA			
SECRETARIA_CONTADORA			
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500
IMPRESORA HP 5000	1	600	600
SOFWARE CONTABLE	1	300	300
TELÉFONO	1	150	150
DEPARTAMENTO DE CUENTAS			
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500
CREATIVE SUITE 6 MASTERT	1	3000	3000
TELÉFONO	1	150	150
DEPARTAMENTO CREATIVO			
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500
CREATIVE SUITE 6 MASTERT	1	3000	3000
CAMARA NIKON 3500	1	1800	1800
TRIPODE	1	80	80
TELÉFONO	1	150	150
AREA DE PRODUCCIÓN			
PLOTTER DX7 EPSON 2.80 M	1	1200	1200
IMPRESORA HP 5000	1	600	600
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500
GUILLOTINA	1	1500	1500
CREATIVE SUITE 6 MASTERT	1	3000	3000

MESAS DE TRABAJO	3	120	120
TELÉFONO	1	150	150
AERÓGRAFO IWATA	1	800	800
		TOTAL	22600

Elaborado por: Daniel Nogales

Requerimientos de Talento Humano

En nuestra Microempresa es importante brindar nuestros servicios con eficacia, lo cual dispondremos de cuatro personas; un Diseñador Gráfico que realice técnicas de aerografía, contadora, mensajero, y un prensista, divididos en las diferentes áreas.

Cuentas, Creativo, Financiero, Operativo.

Proceso de Selección de Personal

En ON-NOGI estamos conscientes que el personal es vital ya que de ella depende su existencia en el mercado.

Los procesos de selección para el personal son:

- Entrevista
- Hoja de vida
- Documentación será verificada

- Tres meses de prueba acorde al puesto
- Conocimientos mantenimiento de maquinaria.

Instalación

Nuestra Microempresa requerirá un espacio de 100 m2, por material y maquinaria a utilizar divididos en dos sectores:

- La Oficina se dividirá en administrativa y producción con un local arrendado de 100 m2 con un costo de $200 dólares mensuales está ubicado en la Ciudad de Quito sector sur en la Av. Nicolás Cevallos y Av. Luis Duque.

4.01.02 Capacidad Óptima

Toda la Microempresa podrá producir con su capacidad instalada en un periodo determinado logrando minimizar costos e incrementar sus utilidades.

Tecnología

La Microempresa NO-NOGI necesitará tecnología actualizada, equipos de computación, software contable, adobe creative Suite 6, maquinaria apropiada.

Requerimiento de Talento Humano

Nuestra Microempresa tiene presente que es necesario el incremento de personal para desarrollar sus servicios en Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito**.**

4.02 Localización

4.02.01 Macro Localización

El presente proyecto se realizará en la provincia de Pichincha-Ecuador, se encuentra ubicada al norte del país, en la zona geográfica conocida como sierra, su capital es Quito, la cual además es su urbe más poblada. Forma parte de la Región Centro Norte a la que pertenecen las provincias de Napo y Orellana.

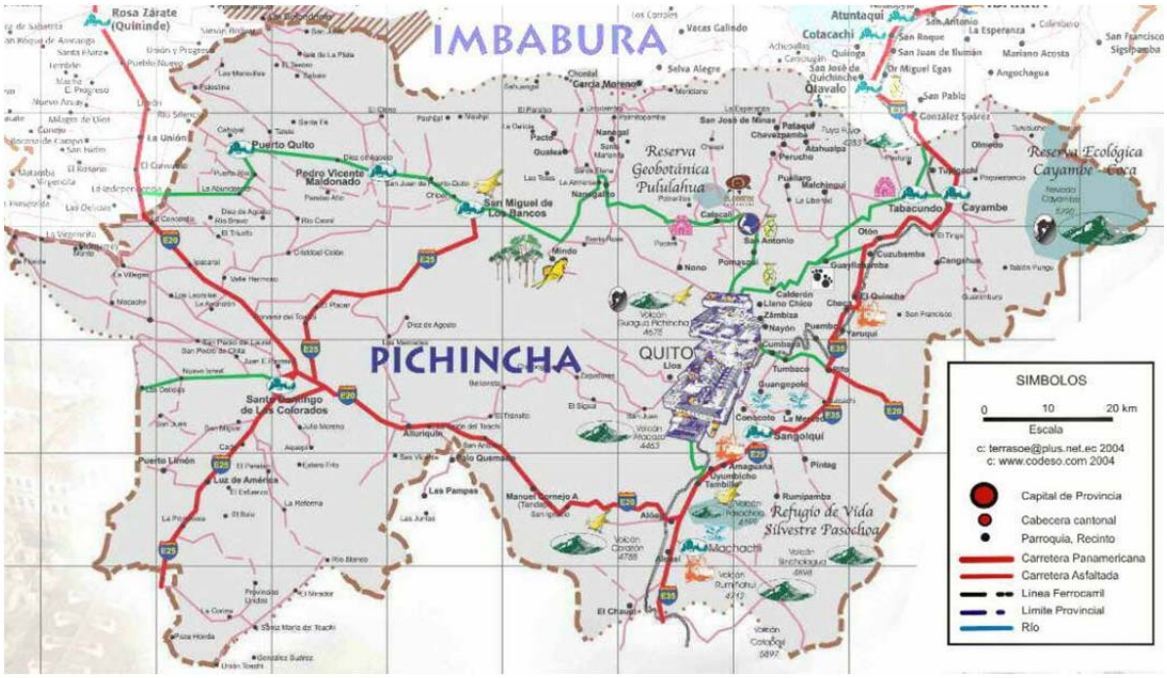
Sus cantones son: Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos.

Figura27. Cantones de quito

Fuente: Internet- Cantones de Pichincha 2011

Es el mayor centro administrativo, económico, financiero y comercial del Ecuador, pues es sede de casi todos los organismos gubernamentales, bancos y 60 de las 100 empresas más grandes del país.

Figura26. Mapa de pichincha



Fuente: Internet- Mapa de Pichincha 2011

La provincia de Pichincha tiene su extensión de 13.465 y su capital es Quito, su población alcanza2388817 habitantes, su población en las áreas urbanas 1714315 y en áreas rurales 674502.

(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2010).

4.02.02 Micro Localización

Este proyecto se situara en la ciudad de Quito sector sur, es una ciudad prospera, progresista y se trabajará con este nuevo proyecto para mejorar la calidad de vida de todos sus habitantes.

Límites

NORTE: Provincia de Imbabura.

SUR: Cantones Rumiñahui y Mejía.

ESTE: Cantones Pedro Moncayo y Provincia de Napo.

OESTE: Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos.

División política

La zona rural del cantón Quito son:

- Calacalí
- Cumbayá
- El Quinche
- Guayllabamba
- Lloa
- Nayón
- Perucho

- Pomasqui
- San Antonio de Pichincha
- Tumbaco
- Amaguaña
- Calderón
- Chavespamba
- Gualea
- La Merced
- Nanegal
- Nono
- Pifo
- Puembo
- San José de Minas
- Yaruquí
- Atahualpa
- Conocoto
- Checa
- Guangopolo
- Llano Chico
- NanegalitoPacto
- Pintag

- Puéllaro
- Tababela
- Zámbiza Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Figura 28. Símbolos y mapa del cantón quito

Fuente: Internet- Cantones de Quito 2011

4.02.03 Localización Óptima

ON-NOGI estará ubicada en la ciudad de Quito sector sur en las avenidas Luis Duque y Nicolás Cevallos, sector sur de la ciudad.

Factores Geográficos

La extensión del cantón es de 421.498 Km2 al ser una Ciudad productiva y más grande en la zona empresarial.

Factores Institucionales

El desarrollo de este presente proyecto es enfocarnos en el desarrollo de incrementar el turismo en la ciudad de quito y brindar servicio de Diseño Gráfico a clientes potenciales.

Factores Económicos

El proyecto se desarrollará en el sector sur de Quito, abra un equilibrio económico ya que no tendremos la necesidad de viajar o tercer izar servicios como productos, porque nuestra Microempresa se dedicara al Diseño Gráfico y Técnicas de Aerografía con personalización en camisetas para resaltar la cultura de Quito.

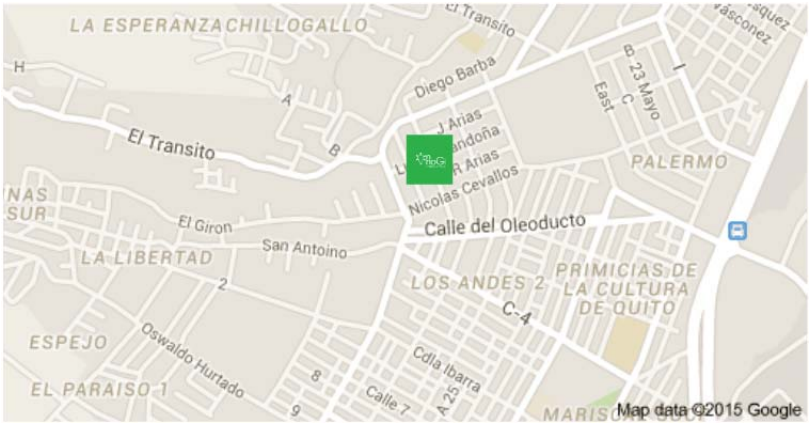
Factores Estratégicos

ON-NOGI se ubicará en el sur de la ciudad ya que en este sector no hay mucha demanda de servicio de Diseño Gráfico y Aerografía es un sector comercial de afluencia de gente, se ha gestionado para que su infraestructura sea una sola instalación para que no exista confusión ya que es diferente a la competencia, por tema de iniciación del proyecto se fundamentó en una estrategia financiera que es clave el arriendo del local es muy bajo a comparación del sector norte de la Ciudad de Quito.

Factores Colaterales

Alrededor de nuestra Microempresa ON-NOGI se encuentran locales comerciales, además se encuentra alrededor de oficinas del estado como el municipio de quito zona sur.

Ubicación Óptima



Elaborado por: Daniel Nogales

4.03 Ingeniería Del Producto

4.03.01 Definición De Bienes Y Servicios

En ON-NOGI tiene en claro que en la área de Diseño Gráfico como en Aerografía, es importante que este bien dirigida con profesionales actualizados en el tema.

Figura 29. Bienes y servicios que ofrecerá la microempresa on-nogi

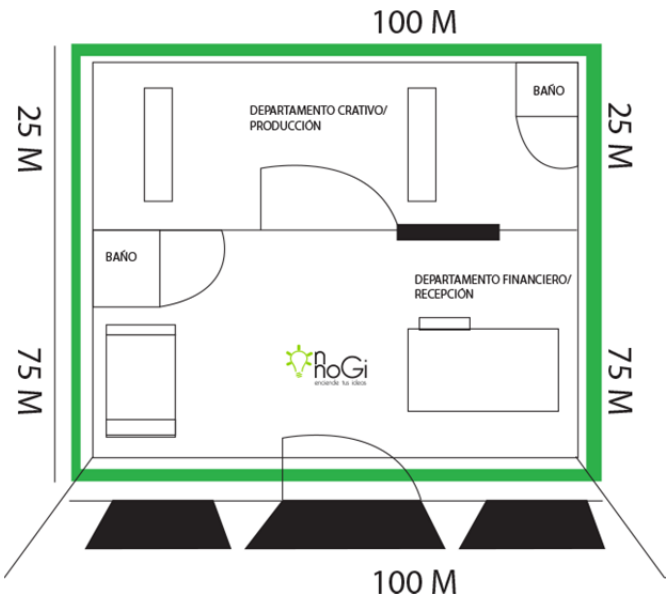
GIGANTOGRAFIA	AEROGRAFÍA	IMPRESIÓN DIGITAL	SOLUCIONES GRÁFICAS
Letreros Luminosos	Ilustraciones (creación de personajes)	Tarjetas de presentación	El diseño gráfico
Vallas Publicitarias	Estampe	Hojas Membretadas	El diseño Editorial
Banner Publicitario		Carpetas	El diseño gráfico Multimedia
		Sobres	
		Notas de escritorio	
		Diplomas	
		Tarjetas	
		Calendarios	
		Catálogos	
		Fyer	
		Volantes	

Elaborado por: Daniel Nogales

4.03.02 Distribución De La Planta

Nuestra Microempresa requerirá un espacio de 100 m2, por material y maquinaria a utilizar divididos en dos sectores, la Oficina se dividirá en administrativa y producción con un local arrendado de 100 m2 , estará proporcionada de muebles y maquinaria para su funcionamiento.

Figura 30. Distribución de la planta micro empresa on-nogi



Elaborado por: Daniel Nogales

4.03.03 Proceso Productivo

Utilizaremos esquematizar de forma clara y sencilla.

Figura 31. Fujograma gigantografía/impresión digital

ALMACENAMIENTO DE ARCHIVOS
CLASIFICACIÓN DE ARCHIVOS
PREPARACIÓN MATERIA PRIMA
PREPARACIÓN MAQUINARIA
IMPRESIÓN
PRODUCTO TERMINADO
ENTREGA DE PRODUCTO

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 23. Gigantografía materia prima

MATERIA PRIMA A	LONA
MATERIA PRIMA B	MICROPERFORADO
MATERIA PRIMA C	TINTAS
MATERIA PRIMA D	VINIL

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 24. Impresión digital materia prima

MATERIA PRIMA A	PAPEL COUCHE 90CM 90GR

MATERIA PRIMA B	PAPEL COUCHE MATE 90CM 90GR
MATERIA PRIMA C	PAPEL BOND
MATERIA PRIMA D	ADHESIVO

Elaborado por: Daniel Nogales

Proceso Para Servicio De Aerografía Y Soluciones Gráficas

Se utilizara de talento humano y materia prima de acuerdo al servicio que requiera el cliente.

La atención del usuario conlleva algunos pasos.

- Cotización antes de realizar el trabajo
- Se informa el tiempo que se demorar cada servicio
- La decisión del cliente si acepta o no el servicio a brindar.
- Aceptación del cliente
- Se ingresa a una base de datos al cliente
- Se realiza la facturación
- Se entrega la factura al cliente

4.03.04 Maquinaria

Máquina de impresión HP5000 color N175NW

La impresora HP 5000 las aplicaciones. Entrega en el mismo día. Mantenga los costes bajos. La impresión HP 5000 puede generar más beneficios que lo eco solvente: con ventajas que incluyen una versatilidad más amplia de aplicaciones e impresiones que salen completamente secas, lo que permite realizar la entrega en el mismo día. Compre a un precio asequible y mantenga los costes de funcionamiento bajos.

Guillotina

Es una guillotina que nos ayudara a cortar elk papel con facilidad y rapidez.

4.03.05 EQUIPOS

Computador IMAC core7 de 3.4 GHZ MODELO

3,4 GHz

Core i7 de Intel de cuatro núcleos (Turbo Boost de hasta 3,8 GHz) con 6 MB de caché de nivel 3

Pantalla de 27 pulgadas (en diagonal) retroiluminada por LED con tecnología IPS; resolución de 2560 por 1440 compatible con millones de colores.

Adobe Creative Suite CS6 Master Colección

El software Abobe será nuestra herramienta para el desarrollo de trabajos su contenido es el siguiente.

- **Photoshop CS6 Extended**
- **Illustrator CS6**

- **Acrobat X Pro**
- **Dreamweaver CS6**
- **Flash Professional CS6**
- **Flash Builder® 4.6 Premium Edition**
- **Dreamweaver CS6**
- **Fireworks CS6**
- **Adobe Premiere Pro CS6**
- **After Effects CS6**
- **Adobe Audition CS6**
- **SpeedGrade CS6**
- **Prelude CS6**
- **Encore CS6**
- **Bridge CS6**
- **Media Encoder CS6**

Software contable

Es la herramienta que nos proporcionaras la ayuda necesaria para la gestión contable en nuestra Microempresa.

Su contenido:

- Diseño modular e integrado
- Interface amigable y estándar
- Cumple con estándares tributarios

- Optimizará los procesos contables
- Respuesta inmediata a solucionar problemas de cálculo administrativo.

Capítulo V

Estudio Financiero

5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales

Como micro empresa o cualquier empresa que realice actividades productivas puede tener ingresos operacionales y no operacionales, los ingreso operacionales se refieren principales a los ingresos que se obtienen por la actividad económica de la microempresa es decir que se refleja en el volumen de ventas, se recuperan a través del precio, en cuanto a los ingresos no operacionales nos referimos aquellos ingresos que no tienen relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objetivo de una microempresa.

5.02 Costos

Los costos en el proceso de combinación de los factores e insumos que son necesarios para producir un bien o servicio, son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y para poderlo mantener en el transcurso del tiempo.

El costo tiene una característica principal que no representa ningún flujo monetario, es decir, es una herramienta de autofinanciamiento.

5.02.01 Costo Directo

Incurre directamente en el proceso productivo al monto de combinar factores y insumos.

Costos directos de nuestra microempresa.

- Materia primas y materiales directos
-

Tabla 25. Costo materias primas y materiales directos

COSTOS MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	N° (ROLLOS)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LONA 3M 20 CM	2	235	470	5640
MICROPERFORADO 1M 37 CM	1	90	90	1080
TINTAS ECOSOLVENTES textil	3	80	240	2880
LONA TRANS LUCIDA	2	70	140	1680
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 150gr.	1	16	16	192
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 200gr	1	16	16	192
PAPEL COUCHE SEMI-MATE 87cm 100gr.	1	18	18	216
PAPEL COUCHE SEMI-MATE 87cm 150gr.	1	18	18	216
PAPEL COUCHE ADHESIVO 66X51cm BLANCO MATE	1	9	9	108
PAPEL BOND BLANCO 75gr	2	8	16	192
TOTAL			1033	12396

Elaborado por: Daniel Nogales

Para el cálculo de las unidades producidas se toma como referencia principal resultado mensual en materia prima y materiales directos que fueron detallados se tomara un

margen de error del 10% ya que el servicio a ofrecer por el monto no tiene exactitud, ya que tienen diferentes servicios.

- Mano de obra directa

La microempresa trabajara común operario en la área de producción, el mismo que intervendrá directamente en la elaboración de los bienes finales.

Tabla 26. Rol de pago mano de obra directa

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA									
CARGO	EMPLEADO #	SUELDO	APORTE IESS 12,15% (MENSUAL)	DECIMO TERCER SUELDO (MENSUAL)	DECIMO CUARTO SUELDO (MENSUAL)	VACACIONES (MENSUAL)	TOTAL AL 1° AÑO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AL 2° AÑO
Operador	1	350,00	42,525	51,25	28,33	14,58	5840,26	51,25	6190,26

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 27. Costos indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
SERVICIOS BÁSICOS		
AGUA	5	60
LUZ	15	180
TELÉFONO	30	360
SUB TOTAL	50	600
INTERNET	55	660
TOTAL	105	1260

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 28. Depreciación equipos y maquinaria

DEPRECIACIONES MAQUINARIA								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500	33,3	$ 499,95	$ 41,66	3	36
EQUIPOS DE OFICINA								
IMPRESORA HP 5000	1	600	600	10	$ 60,00	$ 5,00	10	120
TELÉFONO	1	150	150	10	$ 15,00	$ 1,25	10	120
CAMARA NIKON 3500	2	60	120	10	$ 12,00	$ 1,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES								
MESAS DE TRABAJO	3	120	360	10	$ 36,00	$ 3,00	10	120
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
SOFWARE CONTABLE	1	300	300	25	$ 75,00	$ 6,25	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			3030		697,95	58,1625		

Elaborado por: Daniel Nogales

Tabla 29. Depreciación de instalaciones

DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
RECIDENCIAL								
INSTALACIONES	1	35000	35000	5	$ 1.750,00	$ 145,83	20	240
TOTAL A DEPRECIAR			35000		$ 1.750,00	$ 145,83		

Elaborado por: Daniel Nogales

5.02.02 Gastos Administrativos

Son las salidas de dinero ya sea para control y la dirección de la organización, éstos no son directamente identificables con la producción, financiación o comercialización de la empresa.

- Sueldos y salarios (Secretaria/contadora), será la encargada no solo en la área de recepción

Tabla 30. Rol de pago area administrativa

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

Elaborado por: Daniel Nogales

- Suministros de oficina
- Útiles de aseo y limpieza
- Arriendo instalaciones
- Servicios básicos
- Internet área administrativa
- Imprevistos área administrativa

Tabla 31. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Útiles y suministros de oficina	$ 120,00	$ 1.440,00
Útiles de aseo y limpieza	$ 50,00	$ 600,00
Arriendo	$ 600,00	$ 7.200,00
Servicios Básicos	$ 15,00	$ 180,00
Internet área administrativa	$ 25,00	$ 300,00
Imprevistos área administrativa	$ 30,00	$ 360,00
TOTAL	$ 840,00	$ 10.080,00

Elaborado por: Daniel Nogales

- Depreciación equipos de oficina

Tabla 32. Detalle de equipos a ser depreciados

DEPRECIACIONES CONSOLIDADAS ACTIVOS FIJOS								
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
MAQUINARIA ÁREA DE PRODUCCIÓN								
IMPRESORA HP 5000	1	600	600	15	$ 90,00	$ 7,50	6,7	80
PLOTTER DX7 EPSON 2.80 M	1	1200	1200	15	$ 180,00	$ 15,00	6,7	80
IMPRESORA HP 5000	1	600	600	15	$ 90,00	$ 7,50	6,7	80
GUILLOTINA	1	1500	1500	15	$ 225,00	$ 18,75	6,7	80
CAMARA NIKON 3500	1	1800	1800	15	$ 270,00	$ 22,50	6,7	80
AERÓGRAFO IWATA	1	800	800	15	$ 120,00	$ 10,00	6,7	80
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
COMPUTADOR MAC CORE I7	3	1500	4500	33,33	$ 1.499,85	$ 124,99	3	36
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
CREATIVE SUITE 6 MASTERT	1	3000	3000	25	$ 750,00	$ 62,50	4	48
EDIFICIOS								
INMUEBLE	1	55000	55000	5	$ 2.750,00	$ 229,17	20	240
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
COMPUTADOR MAC CORE I7	1	1500	1500	33,33	$ 499,95	$ 41,66	3	36
EQUIPOS DE OFICINA ÁREA ADMINISTRATIVA								
IMPRESORA HP 5000	1	350	350	10	$ 35,00	$ 2,92	10	120
TELÉFONO	1	150	150	10	$ 15,00	$ 1,25	10	120
TELÉFONO	2	60	120	10	$ 12,00	$ 1,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA								
MESAS DE TRABAJO	3	120	360	10	$ 36,00	$ 3,00	10	120
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
SOFWARE CONTABLE	1	300	300	25	$ 75,00	$ 6,25	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			71780		6647,80	553,98		

Elaborado por: Daniel Nogales

- Amortización gastos de constitución

Tabla 33. Amortización de gastos de constitución

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

Elaborado por: Daniel Nogales

5.02.03 Gastos De Ventas

Los gastos al inicio de la instauración de la microempresa, los que son necesarios para hacer conocer de nuestra actividad principalmente a nuestro grupo objetivo y también a la comunidad, mediante la campaña publicitaria que hemos elaborado como estrategia para la información, persuasión, posicionamiento y mantenimiento de nuestra imagen corporativa ON-NOGI.

Tabla 34. Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	
FLOW CHART	
Medios Alternativos	**Inversión**
Página WEB	$ 80,00
Fan_Page	$ 45,00
Afiches	$ 700,00
Flyer tiro	$ 300,00
Vallas publicitarias	$ 1.600,00
Tarjetas de presentación	$ 60,00
material POP	$ 800,00
TOTAL INVERSIÓN MEDIOS	3585
IMPREVISTOS	$ 358,50
TOTAL	$ 3.943,50

Elaborado por: Daniel Nogales

5.02.04 Gastos Financieros

Estos son el reflejo de las operaciones financieras de la Microempresa, es el caso que se solicitara un crédito ya sea para implementación o para financiamiento.

Para la implementación de nuestra Microempresa se requiere de un préstamo a CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CNF) POR MONTO DE $6000 dólares a un periodo de 5 años a un interés del 10.5% anual fijado por la misma entidad.

- Intereses financieros sean a corto o a largo plazo.

5.02.05 Costos Fijos Y Variables

COSTO FIJO: Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo a para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de producción.

COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con volúmenes de producción.

Tabla 35. Clasificación de costos y gastos

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

Prestamo a largo plazo CFN		X

Elaborado por: Daniel Nogales

Costos De Producción

El costo de producción es el que aprende todas las faces vinculadas con el proceso de elaboración desde el momento en que se adquieren los materiales hasta que los productos salen de la empresa.

El costo de producción comprende:

CP= MOD+MP+GF

MOD: Mano de obra directa

MP: Materia prima directa

GF: Gastos de fabricación

Tabla 36. Cuadro para el cálculo del costo de producción

COSTOS DE PRODUCCION		
FORMULA: MPD+MOD+CIF	MENSUAL	ANUAL
MPD "MATERIA PRIMA DIRECTA"		
Materia prima directa	$ 1.033,00	$ 12.396,00
MOD "MANO DE OBRA DIRECTA"		
Mano de obra directa	$ 5.840,00	$ 619,26
CIF "COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN"		
Material indirecto	$ 80,00	$ 732,00
Mano de obra indirecta	$ 800,00	$ 10.810,52
Servicios básicos	$ 50,00	$ 600,00
Servicio de internet	$ 55,00	$ 660,00
Depreciación de maquinaria y equipo	$ 58,16	$ 5.549,34
Depreciación edificios (instalaciones)	$ 145,83	$ 1.750,00
COSTO DE PRODUCCIÓN	$ 8.062,00	$ 33.117,12

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03 Inversiones

Se considera como inversión al conjunto de recursos financieros necesarios para la infraestructura productiva física y también a la dotación de los recursos corrientes.

5.03.01 Inversión Fija

Es la adquisición de bienes materiales así como la maquinaria, equipos de oficina, computación y demás infraestructura que es destinada a producir otros bienes.

La Microempresa funcionara con inversión mixta, es decir con capital propio y otra mediante un préstamo a largo plazo.

Se aclara que el capital de trabajo neto debe ser financiado por capitales permanentes es decir, los capitales que son propios de la empresa.

5.03.01.01 Activos Fijos

Se caracterizan por su permanencia en la actividad productiva, éstos están sujetos a la depreciación y es necesaria su renovación.

Dentro de los Activos fijos son los siguientes:

- Instalaciones
- Maquinaria
- Equipos de computación
- Equipos de oficina
- Muebles y enseres
- Equipos de procesamiento de datos.

Dentro de los Activos intangibles son los siguientes:

- Costos de estudios de factibilidad
- Patentes
- Gastos de organización
- Gastos de puesta en marcha.

Tabla 37. Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	ANUAL
PUESTA EN MARCHA	600
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.01.02 Activo Circulante

Es una inversión que le permite a la empresa a mantener determinado grado de liquidez y también a ventas financiadas mediante crédito.

Los activos circulantes son de suma importancia para el funcionamiento de una microempresa.

Dentro de los activos circulantes

- Caja y bancos

- Cuentas por cobrar
- Inventarios

En nuestro caso utilizaremos Caja – bancos, e inventario de materia prima porque los servicios y trabajos ofrecidos a los clientes serán entregados en un plazo de 5 días, por lo cual no tendrá ningún inventario.

Tabla 38. Activo circulante

CALCULO DE LA CUENTA CAJA BANCOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	$ 8.062,00	$ 33.117,12
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 1.366,93	$ 16.403,12
GASTO VENTAS	$ 328,63	$ 3.943,50
GASTOS FINANCIEROS	973,62	11683,44
(-)MATERIAS PRIMAS (MPD, MPI)	1094	13128
(-)COSTOS IMPUTADOS (Depreciación y Amortización todas la areas)	$ 2.472,90	$ 29.674,74
TOTAL CAJA BANCOS	7164,2725	22344,44
INVENTARIOS		
MATERIAS PRIMAS (MPD, MPI)	$ 1.094,00	$ 13.128,00
CALCULO ACTIVO CIRCULANTE		
CAJA BANCOS	$ 7.164,27	$ 22.344,44
INVENTARIOS	$ 1.094,00	$ 13.128,00
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	$ 8.258,27	$ 35.472,44

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.02 Capital De Trabajo

El de trabajo se refleja la disponibilidad de recursos de los que cuenta la microempresa para poder cubrir sus obligaciones corrientes,

El cálculo del capital de trabajo neto es igual al activo corriente menos el pasivo corriente.

CTN=AC-PC

Para el cálculo del pasivo PC se necesita el índice de solvencia aceptable IS en nuestro país este nivel es del 1.5 tomando en cuenta la siguiente formula.

ACTIVO CIRCULANTE: 1.5

INDICE DE SOLVENCIA: $ 35.472,44

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

$$PC = \frac{35.472,44}{1.5}$$

$$PC = 23648,2933333333$$

Teniendo el valor del activo circulante calculando anteriormente y el valor del pasivo corriente reemplazamos en la fórmula del capital de trabajo neto. (CTN)

Tabla 39. Capital de trabajo neto (cnt)

CAPITAL DE TRABAJO NETO		
CTN = AC - PC		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Activo circulante "AC"	$ 8.258,27	$ 35.472,44
menos	(-)	(-)
Pasivo corriente "PC"	$ 5.505,52	$ 23.648,29
TOTAL CTN	$ 2.752,76	$ 11.824,15

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos

El objetivo del financiamiento es llegar a determinar las fuentes necesarias que servirán para cubrirlas necesidades financieras desde el monto de conformación hasta su operación productiva.

El financiamiento es un contrapartida de la inversión debido a que el activo fijo y el CTN son consideradas como usos y el capital propio junto con el préstamo a largo plazo son considerados como fuentes.

Fuentes Internas

Se dan a la razón de ser de la empresa al momento de producir, administrar, financiar, vender, al mismo tiempo estas fuentes pueden provenir de las utilidades no distribuidas o de reservas que puedan tener la microempresa.

Fuentes Externas

Estas fuentes provienen de flujos de dinero de terceros hacia la empresa, ya sea mediante la venta de acciones o atreves de préstamos.

Fuentes Y Usos De Fondos

El origen de las fuentes ya sea de financiamiento interno o externo, los mismos que son necesarios para cubrir los usos que realice la empresa.

Tabla 40. Fuentes y uso

FUENTES Y USOS	
FUENTES	
Ventas	$ 44.400,00
Capital Propio	-$ 1.174,35
Préstamos	$ 60.000,00
TOTAL FUENTES	103225,6467
USOS	
Activos fijos	$ 19.930,00
Capital de trabajo neto	$ 11.824,15
Costo de producción	$ 33.117,12
Gasto de ventas	$ 3.943,50
Gastos administrativos	$ 16.403,12
Gastos financieros	$ 11.683,44
Participaciones empleados	-$ 4.808,12
Impuestos	-$ 8.013,53
TOTAL USOS	84079,67867
TOTAL FUENTES	$ 103.225,65
menos	(-)
TOTAL USOS	$ 84.079,68
TOTAL 1er AÑO	$ 19.145,968

Elaborado por: Daniel Nogales

Como el resultado del cuadro de fuentes y uso se puede determinar que existe un excedente liquido por $ 19.145.968 generado en el primer año, es decir el total de las fuentes es suficiente para cubrir los usos de operación.

5.03.04 Amortización De Financiamiento

En la parte de costos financieros, para la implementación de la microempresa se requiere de un préstamo que será realizado a la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN) por un monto de 60.000 dólares a un periodo de 5 años con un interés del 10.5% al sector empresarial.

Tabla 41. Intereses financieros del CFN

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	60.000,00			
	TASA	9,50%		T. EFECTIVA	9,9248%
	PLAZO	5	años		
	GRACIA	0	años		
	FECHA DE INICIO	00/01/1900			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	días		
	Número de períodos	60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		60.000,00			
1	30-ene-00	59.000,00	475,00	1.000,00	1.475,00
2	29-feb-00	58.000,00	467,08	1.000,00	1.467,08
3	30-mar-00	57.000,00	459,17	1.000,00	1.459,17
4	29-abr-00	56.000,00	451,25	1.000,00	1.451,25
5	29-may-00	55.000,00	443,33	1.000,00	1.443,33
6	28-jun-00	54.000,00	435,42	1.000,00	1.435,42
7	28-jul-00	53.000,00	427,50	1.000,00	1.427,50
8	27-ago-00	52.000,00	419,58	1.000,00	1.419,58
9	26-sep-00	51.000,00	411,67	1.000,00	1.411,67
10	26-oct-00	50.000,00	403,75	1.000,00	1.403,75
11	25-nov-00	49.000,00	395,83	1.000,00	1.395,83
12	25-dic-00	48.000,00	387,92	1.000,00	1.387,92
13	24-ene-01	47.000,00	380,00	1.000,00	1.380,00
14	23-feb-01	46.000,00	372,08	1.000,00	1.372,08
15	25-mar-01	45.000,00	364,17	1.000,00	1.364,17
16	24-abr-01	44.000,00	356,25	1.000,00	1.356,25
17	24-may-01	43.000,00	348,33	1.000,00	1.348,33
18	23-jun-01	42.000,00	340,42	1.000,00	1.340,42
19	23-jul-01	41.000,00	332,50	1.000,00	1.332,50
20	22-ago-01	40.000,00	324,58	1.000,00	1.324,58
21	21-sep-01	39.000,00	316,67	1.000,00	1.316,67
22	21-oct-01	38.000,00	308,75	1.000,00	1.308,75
23	20-nov-01	37.000,00	300,83	1.000,00	1.300,83
24	20-dic-01	36.000,00	292,92	1.000,00	1.292,92
25	19-ene-02	35.000,00	285,00	1.000,00	1.285,00
26	18-feb-02	34.000,00	277,08	1.000,00	1.277,08
27	20-mar-02	33.000,00	269,17	1.000,00	1.269,17
28	19-abr-02	32.000,00	261,25	1.000,00	1.261,25

29	19-may-02	31.000,00	253,33	1.000,00	1.253,33
30	18-jun-02	30.000,00	245,42	1.000,00	1.245,42
31	18-jul-02	29.000,00	237,50	1.000,00	1.237,50
32	17-ago-02	28.000,00	229,58	1.000,00	1.229,58
33	16-sep-02	27.000,00	221,67	1.000,00	1.221,67
34	16-oct-02	26.000,00	213,75	1.000,00	1.213,75
35	15-nov-02	25.000,00	205,83	1.000,00	1.205,83
36	15-dic-02	24.000,00	197,92	1.000,00	1.197,92
37	14-ene-03	23.000,00	190,00	1.000,00	1.190,00
38	13-feb-03	22.000,00	182,08	1.000,00	1.182,08
39	15-mar-03	21.000,00	174,17	1.000,00	1.174,17
40	14-abr-03	20.000,00	166,25	1.000,00	1.166,25
41	14-may-03	19.000,00	158,33	1.000,00	1.158,33
42	13-jun-03	18.000,00	150,42	1.000,00	1.150,42
43	13-jul-03	17.000,00	142,50	1.000,00	1.142,50
44	12-ago-03	16.000,00	134,58	1.000,00	1.134,58
45	11-sep-03	15.000,00	126,67	1.000,00	1.126,67
46	11-oct-03	14.000,00	118,75	1.000,00	1.118,75
47	10-nov-03	13.000,00	110,83	1.000,00	1.110,83
48	10-dic-03	12.000,00	102,92	1.000,00	1.102,92
49	09-ene-04	11.000,00	95,00	1.000,00	1.095,00
50	08-feb-04	10.000,00	87,08	1.000,00	1.087,08
51	09-mar-04	9.000,00	79,17	1.000,00	1.079,17
52	08-abr-04	8.000,00	71,25	1.000,00	1.071,25
53	08-may-04	7.000,00	63,33	1.000,00	1.063,33
54	07-jun-04	6.000,00	55,42	1.000,00	1.055,42
55	07-jul-04	5.000,00	47,50	1.000,00	1.047,50
56	06-ago-04	4.000,00	39,58	1.000,00	1.039,58
57	05-sep-04	3.000,00	31,67	1.000,00	1.031,67
58	05-oct-04	2.000,00	23,75	1.000,00	1.023,75
59	04-nov-04	1.000,00	15,83	1.000,00	1.015,83
60	04-dic-04	0,00	7,92	1.000,00	1.007,92

Fuente: CFN

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.05 Depreciaciones

La microempresa ON-NOGI para su funcionamiento instalaciones, maquinarias, equipos de oficina, equipos de computación etc.

Área Administrativa

Tabla 42. Depreciación área administrativa

EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
SOFWARE CONTABLE	1	300	300	25	$ 75,00	$ 6,25	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			6510		1045,95	87,1625		

Elaborado por: Daniel Nogales

Área producción

Tabla 43. Depreciación área de producción

DEPRECIACIONES MAQUINARIA							
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA							
COMPUTADOR MAC CORE I7		1500		$ 499,95	$ 41,66	3	36
EQUIPOS DE OFICINA							
IMPRESORA HP 5000		600		$ 60,00	$ 5,00	10	120
TELÉFONO		150		$ 15,00	$ 1,25	10	120
CAMARA NIKON 3500		3600		$ 360,00	$ 30,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES							
MESAS DE TRABAJO		360		$ 36,00	$ 3,00	10	120

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.06 Estado De Situación Inicial

Tabla 44. Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja bancos	$ 22.344,44	Pasivo corriente	$ 23.648,29
Inventario materia prima	$ 13.128,00	PASIVO NO CORRIENTE	
TOTAL	35472,44	Préstamo CFN	$ 600,00
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO	24248,29333
Activo fijo bruto	$ 19.930,00		
Depreciación acumulada	6647,80		
Interés préstamo acumulado	6555,72		
TOTAL	33133,52	PATRIMONIO	
		Capital Social (Activo-Pasivo)	-$ 1.174,35
ACTIVO FIJO INTANGIBLE			
Puesta en marcha	$ 600,00		
Amortización gastos de constitución	$ 200,00	TOTAL PATRIMONIO	-1174,353333
Garantía inmueble arrendado	$ 1.200,00		
TOTAL	2000		
TOTAL ACTIVO	$ 70.605,96	TOTAL PASIVO(+)PATRIMONIO	$ 23.073,94

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.07 Estado De Resultados

Para la proyección del Estado de Perdida y ganancias nos hemos basado en la INFLACIÓN ACUMULADA MENSUAL la misma que publica el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR la que es por el 2.52%.

Tabla 45. Estado de resultados proyectado

ON-NOGI					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	44400	45518,88	46665,9558	47841,9379	49047,5547
(-)COSTO DE PRODUCCIÓN	$ 33.117,12	$ 33.951,67	$ 34.807,25	$ 35.684,40	$ 36.583,64
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	11282,88	11567,2086	11858,7022	12157,5415	12463,9116
(-)GASTO VENTAS	$ 3.943,50	$ 4.042,88	$ 4.144,76	$ 4.249,20	$ 4.356,28
UTILIDAD NETA EN VENTAS	7339,38	7524,33238	7713,94555	7908,33698	8107,62707
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 16.403,12	$ 16.816,48	$ 17.240,25	$ 17.674,71	$ 18.120,11
UTILIDAD EN OPERACIÓN	-9063,74	-9292,14625	-9526,30833	-9766,3713	-10012,4839
(-)GASTOS FINANCIEROS	$ 11.683,44	$ 11.977,86	$ 12.279,70	$ 12.589,15	$ 12.906,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	-20747,18	-21270,0089	-21806,0132	-22355,5247	-22918,8839
(-)15% TRABAJADORES	-$ 3.112,08	-$ 3.190,50	-$ 3.270,90	-$ 3.353,33	-$ 3.437,83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-17635,103	-18079,5076	-18535,1112	-19002,196	-19481,0513
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA	-$ 4.408,78	-$ 4.519,88	-$ 4.633,78	-$ 4.750,55	-$ 4.870,26
TOTAL UTILIDAD NETA PROYECTADA	-$ 13.226,33	-$ 13.559,63	-$ 13.901,33	-$ 14.251,65	-$ 14.610,79

Elaborado por: Daniel Nogales

5.03.08 Flujo De Caja

El flujo de caja es donde se refleja las variaciones de entradas y salidas de efectivo de un periodo determinado, éste flujo es importante para saber el nivel de liquidez de una microempresa.

Tabla 46. Flujo de caja proyectado

ON-NOGI					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
VENTAS PROYECTADAS	$ 44.400,00	$ 45.518,88	$ 46.665,96	$ 47.841,94	$ 49.047,55
TOTAL INGRESOS	**$ 44.400,00**	**$ 45.518,88**	**$ 46.665,96**	**$ 47.841,94**	**$ 49.047,55**
(-) EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	$ 33.117,12	$ 33.951,67	$ 34.807,25	$ 35.684,40	$ 36.583,64
GASTO VENTAS	$ 3.943,50	$ 4.042,88	$ 4.144,76	$ 4.249,20	$ 4.356,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 16.403,12	$ 16.816,48	$ 17.240,25	$ 17.674,71	$ 18.120,11
GASTOS FINANCIEROS	$ 11.683,44	$ 11.977,86	$ 12.279,70	$ 12.589,15	$ 12.906,40
TOTAL EGRESOS	**$ 65.147,18**	**$ 66.788,89**	**$ 68.471,97**	**$ 70.197,46**	**$ 71.966,44**
TOTAL UTILIDAD NETA PROYECTADA	-$ 20.747,18	-$ 21.270,01	-$ 21.806,01	-$ 22.355,52	-$ 22.918,88

Elaborado por: Daniel Nogales

5.04 Evaluación

Es un instrumento que ofrece información a quién desee establecer un criterio de decisión acerca de la inversión en un proyecto, su objetivo determinar los aspectos positivos y negativos resultantes de una inversión determinada.

5.04.01 Tasa De Descuento

Al momento de evaluar la factibilidad financiera de un proyecto de inversión, el evaluador tiene, frente una serie de criterios(Valor actual Neto, Razón Costo/Beneficio, Tasa Interna de Retorno).

5.04.02 Van

Es un identificador importante que afecta al valor del dinero a través del tiempo, el mismo que proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto expresando la diferencia entre el valor actualizado tanto el dinero que ingresa y el que sale.

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

FN: Sumatoria del flujo neto ingresos y egresos actualizados

i: Tasa de interés ,17% tasa de descuento

n: 5 años

Para calcular el VAN como referencia la tasa de descuento del 17% la misma que está publicada en el INEC la que utilizaremos para actualizar los ingresos.

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

P: Valor actual

S: Valor al final tiempo vida proyecto

Tabla 47. Tabla ingresos y egresos netos actualizados

INGRESOS Y EGRESOS NETOS ACTUALIZADOS					
AÑOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	NETOS
1	$ 44.400,00	$ 38.667,78	$ 65.147,18	$ 59.414,96	-$ 20.747,18
2	$ 45.518,88	$ 39.786,66	$ 66.788,89	$ 61.056,67	-$ 21.270,01
3	$ 46.665,96	$ 40.933,74	$ 68.471,97	$ 62.739,75	-$ 21.806,01
4	$ 47.841,94	$ 42.109,72	$ 70.197,46	$ 64.465,24	-$ 22.355,52
5	$ 49.047,55	$ 43.315,33	$ 71.966,44	$ 66.234,22	-$ 22.918,88
TOTAL	$ 233.474,33	$ 204.813,23	$ 342.571,94	$ 313.910,84	-$ 109.097,61

Elaborado por: Daniel Nogales

5.04.03 Tir (Tasa Interna De Retorno)

En la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentajes. Este indicador nos proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto.

En nuestro caso se implementará la TIR del 21% la que es establecida en el Ecuador por el INEC.

5.04.04 Pri (Periodo De Recuperación De Inversión)

Para que el proyecto recupere el capital invertido.

a: Años del flujo acumulado inferior

b : Valor de la inversión inicial

c : Valor de flujo acumulado que más se aproxima a la inversión inicial.

d : Valor del flujo inmediato al ultimo acumulado.

Tabla 48. Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO EFECTIVO	ACUMULACIÓN
1	$ 65.147,18	$ 59.414,96
2	$ 66.788,89	$ 61.056,67
3	$ 68.471,97	$ 62.739,75
4	$ 70.197,46	$ 64.465,24
5	$ 71.966,44	$ 66.234,22
	$ 342.571,94	$ 313.910,84

Elaborado por: Daniel Nogales

5.04.05 Analisis De Indices Financieros

El análisis de INDICES FINANCIEROS se realizará con la finalidad de poder comparar cifras monetarias de un proyecto en diferentes períodos mediante las asignaciones del valor al dinero a través del tiempo.

- TASA DE DESCUENTO
- VAN
- TIR

El Van que obtuvimos nos da genera un superávit entre los flujos de ingresos y egresos que alcanzó no solo a cubrir costos y gastos sino también nos dejó una utilidad.

El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, comprendemos que el total de inversión realizada al inicio de la instauración de la Microempresa mediante la operación de la misma.

En síntesis podemos indicar que la inversión para el funcionamiento de la Microempresa ON-NOGI es rentable económicamente, estos resultados obtenidos nos indica que la inversión se recuperará dentro de su vida útil siempre que exista una buena administración.

Capítulo VI

Análisis De Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Es de mucha importancia que exista una buena relación entre el ser humano y la naturaleza, lo cual tenemos muy en claro que utilizaremos procesos adecuados que nos permita cumplir con los objetivos esperados, preservar el medio ambiente, promover la reutilización de materiales, a más de utilizar tintas biodegradables. Las técnicas conocidas como reciclaje en el tema de Diseño así fomentaremos el reciclar por un ambiente sano y libre de contaminación.

"El Estado adoptara las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica de daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. La responsabilidad por daños ambientales se objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas". (Ministerio del Ambiente, 2013)

6.02 Impacto Económico

Es de mucha importancia realizar un estudio del impacto económico ya que este se desenvuelve en el núcleo de economía por una parte del productor, consumidor y por parte de la sociedad, el proyecto se a desarrollado no solo para ocupar un lugar en el mercado sino más bien incrementar plazas de trabajo en directos o indirectos.

6.03 Impacto Productivo

El proyecto que se ha realizado es para generar empleo, y reactivar la economía del sector, además ofrecer productos y servicio de muy buena calidad, cumpliendo así los objetivos planteados.

6.04 Impacto Social

El proyecto se ha desarrollado baja ciertas normas de cuidados del medio ambiente, seres vivos, y seres vivos, tenemos que tener en cuenta los aspectos bioéticos y sociales es decir tener conciencia y ética adecuada en todas las actividades que realizamos y además nos da la capacidad de medir la consecuencias por mínimas que éstas sean, y lo más fundamental tener respeto a la vida humana, animal, y vegetal.

"La Sociedad Ecuatoriana de Bioética SEB nace en quito, en el año 2003, motiva por una parte por el interés de diversos actores de la sociedad civil

por generar un espacio de diálogo amplio y pluralista para tratar los conflictos que confrontan la humanidad con la globalización, el desarrollo de la investigación médico-biológica, la biotecnología y la informática; preocupada por el atropello a los derechos humanos y a la depredación del bioambiente, los conflictos que ponen en peligro la supervivencia de la especie, los derechos y deberes de los individuos, el desarrollo sustentable, la justicia social, la equidad y todas las formas de vida". (Sociedad Ecuatoriana de Bioética, 2012).

Capítulo VII

Conclusiones Y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Podemos concluir que:

Se pudo determinar que la ciudad de Quito sector sur, existe dos empresas una de ellas dedicada a la impresión de gigantografias y la otra se dedica a la personalización de productos en técnicas de aerografía.

De acuerdo con el estudio de mercado de nuestro grupo objetivo invertiris en Diseño Gráfico y personalización en técnicas de aerografía, ON-NOGI esta dispuesto a brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los futuros clientes.

En la Microempresa de la Agencia ON-NOGI esta orientado al uso correcto del talento humano, con la finalidad de que nuestro personal se sienta a gusto en su área de trabajo.

Concluimos que el proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al diseño gráfico que brinde servicios de

personalización de camisetas con técnicas de aerografía, para resaltar la cultura de quito, logrando incrementar el turismo en el Ecuador , por todos los estudios

desarrollados que incluyen investigación de datos, cálculo de indicadores se a demostrado que es económicamente realizable, socialmente viable para fomentar el turismo en el ecuador y presentara también un servicio para el sector gráfico de la ciudad de Quito sector sur.

7.02 Recomendaciones

A base de las conclusiones anteriores se recomienda.

Usar apropiada maquinaria para satisfacer necesidades del futuro cliente

Una atención de calidad tanto personal como productivo.

Ofrecer precios accesibles con el fin de compartir con las empresas del área gráfica, dentro y fuera de la ciudad de Quito.

Realizar campañas publicitarias con promociones y descuentos.

Realizar estudios financieros constantes los que nos ayudaras a tomar buenas decisiones.

Recomendación general invertir en nuevas maquinarias para ofertar nuevos servicios al cliente potencial.

Bibliografía

Banco Central del Ecuador (2013). Contenido Banco Central del Ecuador.

Obtenido de http://www.bce.fin.ec/index.php/codigo-monetario-y-financiero

Semplades. (2012)Plan Nacional del Buen Vivir.

Obtenido de http:// www.buenvivir.gob.ec

Corporación Financiera Nacional. (2014). Servicios en línea

Obtenido de http:// www.cfn.fin.ec

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. (2013).Servicios a la comunicad.

Obtenido de http://www.gobiernomunicipaldequito.gob.ec

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010).

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/content/escargas/Manulateral/Resultados-provincias/quito.pdf

Semplades. (2012)Plan Nacional del Buen Vivir.

Obtenido de http:// www.buenvivir.gob.ec