



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

DISEÑO Y PUBLICIDAD

TEMA:

“INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LAS ACTIVIDADES DE SERIGRAFÍA EN SOPORTES TEXTILES EN LA CIUDAD DE TULCÁN DURANTE EL AÑO 2015”.

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad.

AUTOR:

ISIDRO GIOVANY TAICUS IBARRA

DIRECTOR:

MSc. DAVID ORTIZ

Ibarra, 2015

Ibarra, julio de 2016

Magister David Ortiz

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Carrera de Diseño y Publicidad, de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



MSc. David Ortiz

C.C.: 171691307-2

DEDICATORIA

Dedico mis pensamientos, obras y acciones a mi Dios todo poderoso quien generosamente me brinda la oportunidad de ser testigo del maravilloso milagro de la vida y poder respirar el aire fresco y ver la luz de un nuevo día.

El presente trabajo va dedicado a mi Señora Madre María Bertha Ibarra Rodríguez, que, aunque en la actualidad ya no está entre nosotros fue la persona que me enseñó los valores del respeto, el esfuerzo y la constancia, uno de sus grandes sueños fue el de ver a sus hijos convertirse en profesionales y personas de bien, útiles para la sociedad.

También dedico este trabajo y esfuerzo a los grandes mentores del cambio que ha existido en mí; a mis queridos hijos Lady Antonella, Joshep Alexander y Jheremy Ismael Taicus Velasco quienes con sus tiernas palabras y gestos me han alentado a seguir el camino de la superación y ser ejemplo de ellos tal como lo han sido mis padres para mí.

A mi esposa quien día tras día ha estado en la lucha diaria junto a mí con sus palabras de aliento apoyándome cuando se han presentado momentos difíciles en mi vida.

A mi padre quien con su ejemplo de superación académica despertó esa chispa de superación que por mucho tiempo había pasado apagada dentro de mí, a mis hermanas y hermanos por sus palabras, consejos y su apoyo.

Giovany Taicus Ibarra

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento eterno a la Universidad Técnica del Norte por abrir sus puertas a y contribuir con la formación académica a todas las personas quienes tenemos las ganas de superarnos y ser entes productivos para la patria

Eterno agradecimiento a mis profesores de la gloriosa “Universidad Técnica del Norte” quienes desinteresadamente compartieron sus conocimientos y entregan a la patria profesionales competentes listos para insertarse al motor productivo y desarrollo del Ecuador

Eterno agradecimiento al Magister David Ortiz, quien, pese a sus limitaciones de tiempo, decidió colaborar desinteresadamente como Director de Tesis del presente trabajo

Giovany Taicus Ibarra

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la cabecera cantonal de la ciudad fronteriza de Tulcán, y según datos tomados de Carchi Estadístico de la Prefectura del Carchi, la cabecera cantonal cuenta con una población de 47.359 habitantes, de los cuales 23.277 son hombres y 24.082 son mujeres, en este sector desarrollan sus actividades varias empresas dedicadas a la confección de textiles; el propósito fundamental de esta investigación es estudiar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a las actividades de serigrafía.

Mediante la investigación de campo buscamos conocer más de cerca las necesidades y expectativas que tiene los consumidores, la misma que no ha podido ser cubierta por la oferta actual, debido a la falta de actualización de conocimientos, las prácticas empíricas y la falta de procesos de industrialización en el ámbito de los estampados y la serigrafía.

Luego de la recolección de datos se busca extender una propuesta alternativa para mitigar esta problemática, con la creación de una microempresa dedicada a las labores de estampados mediante la técnica de serigrafía en soportes textiles, capaz de brindar productos innovadores, satisfaciendo las necesidades existentes dentro de la población de Tulcán.

También se propone un manual de identidad corporativa para el correcto desenvolvimiento de la empresa.

SUMMARY

The present research was done at the capital city of Tulcan which is located at the northern part of Ecuador, in the border with Colombia, and according with data collected by the Carchi Estadístico de la Prefectura del Carchi, where the population of this capital city is 47.359 people divided in 23.277 males 24.082 and females. In this place, many businesses develop activities related with the making of textiles.

The main goal of this research is to determine if the feasibility study is positive to build a new business dedicated to the silkscreen activity.

Through this field research, we seek to learn more about the needs and expectations that the consumers have, since until today the needs and expectations of the clientele has not be met for different reasons. For example, due to the lack of updating knowledge, empirical practices and lack of processes industrialization in the field of printed and screen printing.

After data collection, we seek for an alternative proposal to alleviate this problem by creating a micro-enterprise dedicated to the work of prints. We will use the technique of screen printing on textiles, capable of providing innovative products, in order to meet the existing needs within the population of Tulcan.

A corporate identity manual is also proposed for the correct manner of developing this project.

INTRODUCCIÓN

La serigrafía es una de las técnicas de impresión milenarias, en la que se emplea el diseño y la creatividad, en la actualidad se la ocupa en diversos campos de manera especial en el área textil, donde la creatividad y el empeño por buscar la perfección; en esta técnica de estampado, resulta apropiado para realizar obras de arte, lo cual ha dado paso para que la serigrafía pueda convertirse en un componente más en la industria textil.

En el área del Diseño y Publicidad, se aporta con conocimientos sobre el diseño y el desarrollo de la técnica de estampado en serigrafía y la importancia de esta en el mercado textil, tomando en cuenta que, en la ciudad de Tulcán, existe baja información en cuanto al estampado en serigrafía tanto de los consumidores y los artesanos de este sector. Es este el motivo que me ha impulsado a realizar esta investigación, para la creación de una microempresa dedicada a brindar servicios de serigrafía de calidad.

Este documento contiene una estructura detallada por capítulos:

- CAPÍTULO I, PROBLEMA: dentro de este capítulo encontramos el Planteamiento del Problema, Antecedentes, Formulación del Problema y Objetivos
- CAPÍTULO II, MARCO TEÓRICO: Consta del Diseño Gráfico, las técnicas, materiales, tendencias de la serigrafía y manual de identidad corporativa.
- CAPÍTULO III, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: se refiere a los métodos y técnicas de la propuesta.
- CAPÍTULO IV: análisis e interpretación de resultados
- CAPÍTULO V: conclusiones y recomendaciones
- CAPÍTULO VI: propuesta alternativa

DEDICATORIA.....	ii
RESUMEN.....	v
SUMMARY	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPÍTULO I.....	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.3. Formulación del Problema.	4
1.4. Delimitación.....	4
1.4.1. Unidades de Observación	4
1.4.2. Delimitación Espacial.	4
1.4.3 Delimitación temporal.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo General.	4
1.5.2 Objetivos Específicos.	5
1.6. Justificación.	5
CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Fundamentación Teórica	7
2.1.1. El Diseño Gráfico	7
2.1.2. Definición	7
2.1.3. Historia del Diseño	9
2.1.4. Áreas del Diseño Grafico	11
2.2. La Serigrafía	11
2.2.1. Definición	12

2.2.2. Tipos de Serigrafía.....	13
2.2.3. Según el Tipo de Impresión	13
2.2.4. Estarcido.....	13
2.2.5. Serigrafía Photoscreen	14
2.2.6. Serigrafía Moderna – Industrial.....	14
2.2.7. Serigrafía Textil.....	14
2.2.8. Utilidades de la Serigrafía	16
2.2.9. Tipos de Tinta según el soporte.	17
2.2.11. Composición de la pantalla (bastidor)	20
2.2.12. Tejidos de la Pantalla.....	22
2.2.13. Originales.....	23
2.2.14. Películas	24
2.2.15. Matrices	25
2.2.16. Composición de la Pantalla.....	25
2.3. Identidad Corporativa.....	25
2.3.1. Identidad e Imagen Corporativa.....	25
2.3.1. Identidad Corporativa.....	26
2.3.2. Estrategia Corporativa	28
2.3.3. La Marca.....	28
2.3.4. Manual de Identidad Corporativa.	30
2.4. Posicionamiento Teórico Personal.....	32
2.4.1. El Diseño Gráfico	32
2.4.2. La Serigrafía:	33
2.4.3. Identidad Corporativa:.....	34
2.5. Glosario de Términos.....	35
2.6. Sub Problemas, Interrogantes.	37

CAPÍTULO III	38
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1. Tipo de investigación	39
3.1.1. Documental.....	40
3.1.2. Proyecto Factible	40
3.1.3 Tecnológica	41
3.2. Métodos de la Investigación.....	41
3.2.1. Recolección de información	42
3.3. Técnicas de Investigación	42
3.3.1. Entrevista	42
3.3.2. Observación de la entrevista	42
3.3.3. Extracto de la entrevista a los propietarios de talleres de serigrafía Prin Line y Artevision.	44
3.3.4. Encuesta.....	45
3.4. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	46
CAPÍTULO IV.....	48
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA.	48
4.1. Cuestionario	49
CAPÍTULO V	59
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
5.1. Conclusiones.	59
5.2. Recomendaciones	60
CAPÍTULO VI.....	65
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA:.....	65
6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	65

6.3.FUNDAMENTACIÓN	66
6.5.UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	67
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	68
6.6.1. CADENA PRODUCTIVA EN LA QUE SE DESARROLLA EL PROYECTO	68
6.6.2 RESUMEN EJECUTIVO	69
6.6.3. ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA	70
6.6.4. VISIÓN	71
6.6.5. MISIÓN.....	71
6.6.6. OBJETIVOS.....	71
6.6.6.1. OBJETIVO GENERAL	71
6.6.7. ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO)	72
6.6.8. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA	75
6.6.9. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR Y SU EQUIPO DIRECTIVO	75
6.6.10. EQUIPO, FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	76
6.6.11. ALIANZAS ESTRATÉGICAS	76
6.6.12. PERMISOS Y LICENCIAS EXIGIDOS POR LAS ENTIDADES REGULADORAS Y CONTROL DE MERCADOS	77
6.6.13. ANÁLISIS FODA.....	77
6.6.15. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA Y LAS PARTES CONSTITUYENTES	80
6.6.16. ASPECTOS LEGALES (FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA, FORMA JURÍDICA DE TRABAJO CON ALIANZAS)	80
6.6.17. EQUIPO DIRECTIVO	80
6.6.18. PATENTES, MARCAS Y OTROS TIPOS DE REGISTROS (PROTECCIÓN LEGAL).....	81

6.6.19. MERCADO	81
6.6.20. TAMAÑO ACTUAL Y PROYECTADO	86
6.6.21. FACTORES DE RIESGO.....	86
6.6.22. INGRESOS EN BASE AL ANÁLISIS DE MERCADO	86
6.6.23. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	87
6.6.24. COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA.....	87
6.6.25. VENTAJAS COMPETITIVAS.....	88
6.6.27. BARRERAS DE ENTRADA	88
6.6.28. PRECIO	88
6.6.29. DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN	89
6.6.30. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	89
6.6.31. CLIENTES CLAVES	89
6.6.32. ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE CLIENTES	90
6.6.33. OPERACIONES.....	90
6.6.33.1. PRODUCTO	90
6.6.34. PROCESO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.....	91
6.6.35. TECNOLOGÍA Y MATERIALES NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	91
6.6.36. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN	92
6.6.37. INFRAESTRUCTURA.....	93
6.6.38. REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA.....	93
6.6.39. INSUMOS REQUERIDOS PARA LA PRODUCCIÓN	94
6.6.40. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y NORMAS DE CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.....	95
6.6.41. FINANCIERO.....	96
6.6.43. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS	96

6.6.44. PRESUPUESTO DE COSTOS	98
6.6.45. GASTOS DE OPERACIÓN.....	98
6.6.46. COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS DE OPERACIÓN	99
6.6.47. INVERSIONES	100
6.6.48. EVALUACIÓN.....	100
6.6.49. PUNTO DE EQUILIBRIO	101
6.7. POSIBLES IMPACTOS QUE PUEDE CAUSAR EL PROYECTO...101	
6.8. Manual de identidad Corporativa	104
6.8.1. INTRODUCCIÓN	104
6.8.2. ÍNDICE	105
6.8.3. JUSTIFICACIÓN.....	106
6.8.5. COMPOSICIÓN.....	107
6.8.6. TIPOGRAFÍA	108
6.8.7. ESTRUCTURA	109
6.8.8. CROMÁTICA	110
6.8.9. TAMAÑO	112
6.8.10. MODALIDADES DE USO	113
6.8.11. RELACIÓN FIGURA FONDO	114
6.8.12. RESTRICCIONES	115
6.8.13. APLICACIONES	116
6.9. BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS	123

Índice de Tablas

TABLA 1	Uso de serigrafías	53
TABLA 2	La serigrafía como desarrollo de las empresas.....	54
TABLA 3	Técnicas de estampado de mayor consumo.....	55
TABLA 4	Ciudades donde se adquiere el servicio.....	56
TABLA 5	Frecuencia de tiempo que se adquiere el servicio.....	57
TABLA 6	Prendas que frecuentemente se estampan.....	58
TABLA 7	Cantidad de prendas estampadas por mes.....	59
TABLA 8	Tipo de estampado utilizado con mayor frecuencia.....	60
TABLA 9	Presencias de servicios de una empresa.....	61
TABLA 10	Criterios sobre una nueva empresa de serigrafía.....	62
TABLA 11	Proveedores de servicios y productos.....	75
TABLA 12	Comparación de la competencia.....	86
TABLA 13	Materiales necesarios para la producción.....	90
TABLA 14	Insumos y material para la producción.....	93
TABLA 15	Ingresos proyectados.....	96
TABLA 16	Costos de producción.....	97
TABLA 17	Gastos operacionales.....	98
TABLA 18	Tabla de producción y gastos de operación.....	98
TABLA 19	Inversiones.....	99
TABLA 20	Estado financiero.....	100
TABLA 21	Punto de equilibrio.....	101

Índice de Gráficos

GÁFICO 1	Uso de serigrafías.....	53
GÁFICO 2	La serigrafía como desarrollo de las empresas.....	54
GÁFICO 3	Técnicas de estampado de mayor consumo.....	55
GÁFICO 4	Ciudades donde se adquiere el servicio.....	56
GÁFICO 5	Frecuencia de tiempo que se adquiere el servicio.....	57
GÁFICO 6	Prendas que frecuentemente se estampan.....	58
GÁFICO 7	Cantidad de prendas estampadas por mes.....	59
GÁFICO 8	Tipo de estampado utilizado con mayor frecuencia.....	60
GÁFICO 9	Presencias de servicios de una empresa.....	61
GÁFICO 10	Criterios sobre una nueva empresa de serigrafía.....	62
GÁFICO 11	Cadena productiva del proyecto.....	67
GÁFICO 12	Organización estratégica.....	68
GÁFICO 13	Modelo de negocios.....	72
GÁFICO 14	Cronograma de producción.....	91
GÁFICO 15	Infraestructura.....	92
GÁFICO 16	La marca Grafotex.....	105
GÁFICO 17	Tipografías.....	107
GÁFICO 18	Tipografías.....	108
GÁFICO 19	Estructura.....	108
GÁFICO 20	Estructura.....	109
GÁFICO 21	Cromática.....	110
GÁFICO 22	Tamaño.....	111
GÁFICO 23	Modalidades de Uso.....	112
GÁFICO 24	Relación figura de fondo.....	113
GÁFICO 25	Restricciones.....	114
GÁFICO 26	<i>Aplicaciones</i>	115
GÁFICO 27	<i>Aplicaciones</i>	116
GÁFICO 28	Hojas membretadas.....	117
GÁFICO 29	Uniformes.....	118

GÁFICO 30	Camisetas.....	119
------------------	----------------	------------

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

La ciudad de Tulcán ubicada a 7 km del puente internacional de Rumichaca que colinda con la ciudad de Ipiales perteneciente Colombia, según datos de (Prefectura del Carchi, 2013), la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán cuenta con una población de 47.359 habitantes, de los cuales 23.277 son hombres y 24.082 son mujeres

Al ser una ciudad fronteriza, el movimiento comercial se ha visto afectado por la diferencia cambiaria en cuanto a la depreciación del peso colombiano frente al dólar, moneda adoptada por Ecuador en el año 2000, esto últimamente ha dado paso a un cambio rotundo en cuanto al movimiento comercial en la ciudad de Tulcán sector fronterizo con Colombia, convirtiéndose en un reto para la microempresa y los comerciantes a superar la crisis económica que atraviesa la provincia fronteriza.

Ante esta devaluación de la moneda colombiana, miles de ecuatorianos prefieren pasar hacia Colombia y realizar sus compras con el fin de hacer rendir sus dólares.

El gobierno ecuatoriano ha tomado cartas en el asunto y ha contemplado una serie de medidas para la reactivación económica de la provincia del Carchi en especial a la ciudad de Tulcán, entre estas medidas está la reactivación de la microempresa con créditos de

Banecuator, la Corporación Financiera Nacional y más entidades financieras del estado.

Dentro de estos parámetros y aprovechando la oportunidad que el gobierno brinda para la reactivación económica y la creación de microempresas, se ha analizado la demanda existente con respecto a los trabajos de serigrafía, dentro de la ciudad de Tulcán la misma que posee un movimiento comercial dinámico por su situación geográfica, un lugar propicio para el desarrollo de la microempresa.

En referencia a lo antes mencionado, Tulcán carece de talleres o pequeñas empresas dedicadas a realizar trabajos de estampados y serigrafía, las prácticas de la misma son empíricas y no se sujetan a estándares de calidad necesarios que se necesita para obtener un excelente producto.

En los momentos actuales la facilidad y versatilidad del diseño y la serigrafía, las nuevas tendencias en cuanto a materiales, herramientas y las prácticas tecnificadas de la serigrafía significan un gran paso al crecimiento de una industria en evolución como lo es la industria textil.

1.2. Planteamiento del Problema

Los avances tecnológicos y la tecnificación en proceso de estampado mediante la técnica de serigrafía y el diseño en soportes textiles o cualquier otro soporte; en la actualidad es uno de los principales objetos de trabajo para la mayoría de personas involucradas en esta línea en la cabecera cantonal de Tulcán. La serigrafía al ser una técnica con miles de años de tradición y su característica para solucionar las necesidades de estampado, se convierte en una de las técnicas infaltables para su aplicabilidad en el ámbito textil.

Es de práctica común y habitual que el artesano trabaje con técnicas tradicionales y rudimentarias sin tomar conciencia que en el mundo actual las tendencias de industrialización, tecnología e innovación en las labores del estampado y diseño han tenido un desarrollo precipitado, es de común conocimiento que la mayoría de personas quienes se dedican a las labores de la serigrafía en la ciudad de Tulcán, fraguan sus ideas, criterios y pensamientos artísticos de una forma artesanal y en muchos de los casos de manera empírica, dejando de lado la tecnología y obteniendo así como resultado bajo rendimiento en cuanto a la producción muy bajos ingresos económico para sus negocios.

Es por esta razón que podemos tomar en cuenta los avances y la inversión que ejecutan las microempresas y empresas consolidadas en otros sectores del Ecuador; donde las grandes industrias y fabricas reactualizan y equipan constantemente con maquinaria y tecnología de punta, conocimientos, procesos y materiales que permiten realizar los grabados de serigrafía y diseños con mayor eficiencia, cantidad y calidad.

Los reducidos ingresos económicos y la poca credibilidad en la inversión, proyectan como resultado un bajo rendimiento y deficiencia, al no contar con una correcta aplicación de proceso y el correcto manejo de recursos acorde al tiempo actual, los pocos talleres de estampados existentes en la ciudad de Tulcán, intentan cumplir con las expectativas de la demanda local, pero no es suficiente y sus aspiraciones como pequeños empresarios se ve frustrada al no poder cumplir con su objetivo, y como ejemplo claro tenemos una comparación tacita; los estampados realizados de manera empírica o artesanal no son iguales a los realizados con máquinas y procesos vanguardistas.

1.3. Formulación del Problema.

Con estos antecedentes se formuló la siguiente pregunta: ¿Es factible la creación de una microempresa dedicada a la actividad de estampados en soportes textiles con servicios y métodos tecnológicos e innovadores en la ciudad de Tulcán?

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de Observación

- “Talleres de estampados de Tulcán”
- “Talleres de confección de la ciudad de Tulcán”

1.4.2. Delimitación Espacial.

Cabecera Cantonal - Ciudad de Tulcán, Cantón Tulcán, Provincia del Carchi.

1.4.3 Delimitación temporal

Diciembre del 2014 - 2015.

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo General.

- Realizar un estudio de factibilidad en la ciudad de Tulcán, involucrando a quienes se dedican a las labores de la serigrafía y la demanda de la misma para evaluar y determinar con certeza si es

factible o no la creación de una microempresa dedicada a las actividades de serigrafía en soportes textiles.

1.5.2Objetivos Específicos.

- Determinar si es factible la creación de una microempresa dedicada al estampado sobre soportes textiles y así conocer el nivel de rentabilidad posible.
- Analizar los posibles impactos socioeconómicos, industriales y empresariales que se puedan generar con la creación de esta microempresa.
- Realizar una propuesta alternativa para la creación de una microempresa dedicada a las labores de estampados en soportes textiles.

1.6. Justificación.

En la provincia del Carchi específicamente en la ciudad de Tulcán existe una gran cantidad de microempresas que se dedican a la confección y elaboración de prendas de vestir, estas empresas en su mayoría no cuentan con talleres de serigrafía o estampados.

El análisis propuesto es de mucha importancia ya que se realizó en base a una investigación integral que nos permite establecer principalmente la factibilidad y las metas que se quiere alcanzar con la creación de esta microempresa de serigrafía en soportes textiles.

Se apunta a la creación de una microempresa con datos reales los mismos que a través del correcto servicio al cliente e innovación tecnológica, arroje como resultado clientes satisfechos.

La empresa en investigación aplica diseños novedosos de estampados en soportes textiles, aportando formación en el oficio y generando fuentes de empleo para la gente de la ciudad de Tulcán,

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. El Diseño Gráfico

En pleno siglo 21, si observamos con mucha atención a nuestro alrededor, todo lo que vemos; las prendas que vestimos, sus colores, los letreros que encontramos en el camino, los libros que leemos, el auto en el que viajamos y todo lo que nos rodea, fueron creados para llenar o satisfacer una necesidad, resultados que gracias al Diseño Gráfico se lo ha logrado, el cual tiene como finalidad entregar soluciones a problemas que se plantean en función de ciertas necesidades.

2.1.2. Definición

A lo largo de la historia gran diversidad de movimientos artísticos se han visto representados por importantes diseñadores, quienes tienen diferentes conclusiones sobre el Diseño Gráfico, si bien no existe una definición concreta con respecto al Diseño Gráfico según López López, (2014), menciona que:

La definición proporcionada por la AIGA (American Institute Of Graphic Arts, 1914) La mayor asociación de profesionales del Diseño Gráfico, fundada en el año 1914. Toda una institución en materia de Diseño Gráfico. Para la AIGA, el diseño gráfico es un proceso creativo

que combina el arte y la tecnología para comunicar ideas. (p. 21)

El Diseño gráfico se ha convertido en una parte vital de nuestro diario vivir; el diseñador trabaja con sinnúmero de herramienta de la comunicación con el único fin de trasmitir un mensaje a un público objetivo.

Sintetizando, el Diseño Gráfico es el proceso de seleccionar, programar, conjugar y ordenar una serie de elemento e ideas para obtener como resultado objetos visuales dirigidos a comunicar mensajes específicos a públicos objetivos determinado, en diferentes soportes ya sean libros, revistas, carteles, prendas de vestir y más.

La comunicación visual que obtenemos mediante el uso de símbolos, imágenes, textos, gráficos y más herramientas buscan transmitir mensajes de manera precisa y directa, las imágenes y las tipografías se convierten en las principales herramientas del diseñador para cumplir con su objetivo.

Según (López López, 2014), podrían diferenciarse tres tipos de Diseño Gráfico los cuales se basan en función a las herramientas que son utilizadas por el diseñador para comunicar el mensaje. (p.21)

Diseño Gráfico basado en la imagen; donde se emplean principalmente la fotografía, ilustraciones o imágenes generadas por ordenador.

En el mundo globalizado la tecnología avanza a pasos agigantados, en el diseño gráfico esta tecnología resulta muy útil, un salto de lo análogo a lo digital, claro ejemplo es la fotografía digital y las ilustraciones que hoy

en día se las puede realizar en ordenadores con software muy avanzados que permiten agilizar el Diseño Gráfico de manera técnica.

Diseño Gráfico basado en texto; donde el mensaje se transmite por medio de la palabra escrita organizada de forma visual.

El Diseño Gráfico es diverso y uno de sus modos de expresión muy común a través de la historia es la escritura, basado en palabras organizadas de forma visual muy capaces de transmitir un mensaje claro y directo.

Y el más común, el diseño mixto; combina imágenes y textos para comunicar visualmente el mensaje.

Las diferentes manifestaciones de arte y de expresión en la actualidad se conjugan mediante la combinación de imágenes y textos para dar a conocer determinado mensaje, claro ejemplo de ello son los carteles, posters, afiches, banners, y más artículos donde la imagen y los textos cumplen con determinado fin.

2.1.3. Historia del Diseño

En la actualidad vivimos en una era de evolución, la era de la imagen, y es por lógica que tras de toda imagen existe un realizador, un creador de la composición, un diseñador, en nuestra sociedad poco nos ponemos a pensar sobre el diseño y el diseñador como actores fundamentales de los campos sociales, culturales e históricos.

La revolución del diseño data aproximadamente desde 1440 época en la que Johannes Gutenberg se inventa la primera imprenta y la tipografía

móvil, motivo por el cual muchos lo consideran como el padre del diseño gráfico.

López López, (2014), hace mención a lo siguiente:

Aunque la disciplina de diseño gráfico ya llevaba años desarrollándose, no fue hasta el año 1922 que el diseñador americano William Addison Dwiggins acuñó el término de diseñador gráfico para describir la actividad que él mismo desarrollaba: daba orden estructural y forma visual a las comunicaciones impresas. (p. 26)

Si bien, luego de la invención de la primera imprenta se comienza a revolucionar el diseño con la fácil reproducción de libros y más artículos conformados por textos e imágenes, el diseño lleva años desarrollándose con normalidad, es en el año de 1922 que se asienta el término de diseñador gráfico.

William Addison Dwiggins o WAD como solía preferir que le llamara, en el mismo año en que adopta el nombre de Diseño Gráfico a la labor que el desempeñaba, también escribe El deber básico de cada diseñador que trabaje con papel, dándole un sentido organizando y creando los conceptos básicos para diseñar, en el Deber Básico del Diseñador que Trabaja con Papel, WAD expone La presentación clara del mensaje en la que menciona: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector.

A raíz que el termino Diseño Gráfico acuñó en 1922, a partir de ese momento el diseño gráfico ha evolucionado a pasos agigantados, anteriormente se ligaba al diseño gráfico con el mundo de la impresión en papel, en la actualidad el Diseñador Gráfico realiza funciones más avanzadas con respecto al diseño como por ejemplo diseño de identidad,

diseño tipográfico, diseño de packaging, diseño de modas, diseño de web, visuales tanto para medios impresos como medios digitales.

2.1.4. Áreas del diseño Grafico

(Calisto & Calderón, 2011), citan lo siguiente:

El investigador Joan Costa (1988) considera que el Diseño Gráfico se orienta hacia dos direcciones: el área diversificada del diseño de la información y la otra variante el diseño de identidad. La primera abarca los campos del grafismo funcional (hacer saber), el grafismo didáctico (hacer leer), el grafismo de persuasión (hacer – hacer), que contempla aquellos mensajes que transmiten contenidos complejos. La segunda comprende desde el diseño de marcas y el diseño de la identidad corporativa hasta el diseño interdisciplinar imagen global, modo de comunicación esquemático a través de la transmisión de signos específico que simbolizan a una empresa o institución.

2.2. La Serigrafía

Todavía no se ha podido establecer una historia de la serigrafía, aunque se dispone de elementos que permiten jalonar un camino que recorre varios siglos.

En estudios realizados por Caza (1967), menciona lo siguiente:

Hay indicios de que la serigrafía propiamente dicha, fue inventada por Saome Ya Yu Zen, a fines del siglo XVII. Se trataba de dos hojas de papel morera aceitadas para hacer estancas, seguido se untaba de cola una de estas hojas y era fijada sobre una red de cabellos tensos sobre un marco de cartón; la otra hoja, recortada del mismo modo se contra pegaba del

mismo modo se contra pegaba en registro exacto encima de la red, se hacía pasar el color a través de este conjunto mediante una brocha.

No se sabe quien tuvo la idea de fijarla en un marco, pero a finales de 1850, en Londres fue expuesta una pantalla realizada de este modo, lo que dio lugar poco después, simultáneamente en Inglaterra y Francia en la región de Lyon, se da paso a la utilización de “la impresión a la pantalla” en los textiles.

En 1970, fue el año en que Samuel Simón, tomo en Manchester una patente para la fabricación de la pantalla, tención de una malla de cerner en un marco. (P.16).

La serigrafía es uno de los grandes soportes para el desarrollo de la industria convirtiéndose en la base de las impresiones que se maneja en la actualidad.

2.2.1. Definición

Se puede afirmar que la serigrafía es una manera de estampado repetitivo indefinido de artes o anuncios sin desgastes o alteraciones en el diseño.

En su estudio Martín & Collado Alonso (2013) interpreta la siguiente definición de Serigrafía:

La serigrafía es un método de impresión directo y permeo gráfico (figura inferior: la imagen muestra el perfil del sistema permeo gráfico. La tinta pasa por las zonas abiertas, impidiendo que sobrepase por las zonas cerradas), que puede ejecutarse de forma manual o mecánica. Se trata de un sistema que, ayudado de un soporte con una malla, más o menos gruesa, deja pasar la tinta por las zonas en las que

hay imagen, impidiendo el paso de la misma por las zonas en blanco de la imagen. (p.8)

Existen dos tipos de serigrafía: serigrafía artística la que se basa netamente en la reproducción de artes con fines de expresiones artísticas, y la serigrafía industrial, la que es explotada de manera repetitiva en diferentes soportes tales como madera, papel y textiles.

Lesur Esquivel, Luis., (2013) en su obra Manual de Serigrafía, una guía paso a paso dice: “Con la serigrafía se puede imprimir casi cualquier material, de cualquier tamaño, de cualquier grueso, en cualquier color y en cualquier cantidad”

2.2.2. Tipos de Serigrafía

Con el pasar de los tiempos, los métodos de serigrafía se han visto obligados a evolucionar conforme al tiempo, la tecnología y al soporte en el cual se va a impregnar los diseños.

2.2.3. Según el Tipo de Impresión

La serigrafía es una técnica de impresión y puede ser empleada en dos formas, en función de la superficie plana o cilíndrica.

2.2.4. Estarcido.

Generalmente en el estarcido el líquido o la tinta se transfiere por medio de una plantilla, el particular del estarcido es que se puede emplear colores planos.

2.2.5. Serigrafía Photoscreen

Esta técnica suele combinar la utilización de colores planos y las cuatricromías cyan, magenta, yellow y key.

En investigaciones realizadas sobre la serigrafía photoscreen (Hayten, 2004) anuncia que el photoscreen, no es más que el efecto resultante de la mezcla de la serigrafía y las artes donde el dibujo es la parte transparente y se lo puede ampliar cuantas veces sea necesario y luego es impregnada a una malla que posteriormente se transforma en una superficie transmisora para imprimir.

En la actualidad en la industria textil la serigrafía photoscreen, es el más utilizado a nivel industrial por sus innumerables ventajas y la facilitación del manejo de la cuatricromía en sus diseños.

2.2.6. Serigrafía Moderna – Industrial

El avance de la tecnología ha permitido que la serigrafía se industrialice, su automatización con prensas giratorias denominada pulpo de alta productividad, y que tienen anexos hornos de secamiento para el breve secado de la tinta, la serigrafía industrial, ha evolucionado con la fabricación de máquinas e impresoras que impregnan diseños en objetos de uso masivo. En la Industria de los Textiles la serigrafía cada vez va modernizándose con la utilización de insumos nuevos en el mercado que al momento de realizar un estampado entregan resultados favorables tanto ambientales como económicos con excelente calidad y mayor rapidez.

2.2.7. Serigrafía Textil

Hoy en día se puede imprimir prácticamente sobre cualquier soporte, siendo los textiles uno de los principales medios empleados para brindar una moda fluida y cómoda, Esta calidad viene condicionada por las características y cualidades proporcionadas durante el proceso de fabricación de los soportes de impresión.

Gómez Galán, Aida., (2012), en su obra *Materias y Productos en Impresión en Serigrafía y Tampografía* dice:

Se denomina soporte de impresión al material sobre el que se imprime con el molde de impresión. Cualquier material con características adecuadas de superficie y adherencia puede usarse como soporte de impresión, pero el más utilizado es el papel. Otro tipo de soportes son el plástico, metal y textil, entre otros. (p.7).

En pocas palabras se puede decir que el soporte es el material sobre el cual se va a imprimir, en este caso la tela para la confección de prendas de vestir, se convierten en un soporte idóneo para imprimir mediante la técnica de serigrafías entregando un valor o identificación al producto terminado.

Russell, Alex (2013), en su obra *Principios Básicos del Diseño Textil* dice:

Entender en qué consiste el diseño de estampados textiles contemporáneos requiere de algo de su contexto. La rica historia de esta área del diseño ejerce una gran influencia sobre las creaciones actuales, tanto en las imágenes con las que trabajan los diseñadores como los requerimientos de los métodos mediante los cuales los diseños se estampan o aplican sobre el tejido u otro sustrato. (p.19).

En 2004, Ruessell & Lane hablan sobre como los estampados dependen únicamente de las mayas, tejidos o fibras, al mismo tiempo que aconsejan que a cada fibra hay que tratarla de acuerdo a su estructura y su composición.

Los estampados en soportes textiles, acordes a las exigencias de los mercados y la moda en evolución son expuestos a la oferta y demanda de manera constante, más sin embargo esto no ha sido un obstáculo para que esta industria busque nuevos nichos de mercado que en la actualidad ya tiene su posicionamiento en el sector de los estampados.

La serigrafía tiene una gran versatilidad que permite trabajar con una gran variedad de tintas y colores, con técnicas artesanales e industriales entregando resultados positivos.

Reinoso (2003) describe a la serigrafía textil como un trabajo relativamente des complicado, para estampar serigrafía en prendas textiles, se transfiere tinta seleccionada a través de un bastidor; malla templada sobre un marco de madera o metal, en la zona que no queremos que pase la tinta la cubrimos con emulsión o barniz la misma que bloquea el paso de esta, de manera que solo deja el paso de la tinta por las partes que nos interesa para concretar el estampado.

La técnica de impresión en serigrafía es de fácil ejecución, se toma su debido espacio y tiempo, puede brindar resultados óptimos e increíbles si se ejecuta correctamente.

2.2.8. Utilidades de la Serigrafía

Cuando se habla de las utilidades de la serigrafía (karch, 2002), sostiene que la serigrafía es útil en los siguientes trabajos:

Para la reproducción de artes y anuncios, en las artes están las pinturas, dibujos, carteles y otro. En el ámbito textil, es de mucha importancia, puede ser utilizado en todas las prendas de vestir o superficie fibrosa.

2.2.9. Tipos de Tinta según el soporte.

Antes de conocer los tipos de tinta con relación a los soportes es importante conocer la definición exacta de impresión y soportes también tener conocimientos sobre conceptos de las zonas impresoras y no impresoras y sus particularidades sobre los distintos soportes que van a ser utilizados.

Impresión: En estudios sobre la impresión en serigrafía (Martín & Collado Alonso , 2013) menciona que es una técnica que consiste en reproducir una cantidad de números indefinidos de textos o imágenes seleccionadas y elegidas a través de diferentes métodos como el huecograbado, offset, serigrafía y muchos otros más sobre una infinidad de soportes q admiten la tinta, tales como el papel, la tela, plásticos, aluminios maderas y otros.

Zonas impresoras: es la matriz o la representación gráfico o textual que se va a imprimir

Zonas no impresoras: en el interior de una matriz o representación gráfica o textual que se va a imprimir, existen espacios blancos o sin tinta, es a estos que se les denominas zonas no impresas.

Soporte: material sobre el que se va a imprimir. En la serigrafía se pueden utilizar una gran variedad de soportes o materiales para la impresión, técnicamente se puede imprimir en cualquier soporte.

Tinta: Martín & Collado Alonso (2013) describe la tinta como un resultante matizado de tonalidades el cual puede ser utilizado en escritura o dibujos por medio de un adecuado manejo e instrumentación necesaria.

Barniz: el concepto que tiene (Martín & Collado Alonso , 2013) sobre el barniz es el de una emulsión de una o más sustancias resinosas en un líquido que en exposición al aire se volatiliza evapora.

Papel: al interpretar un concepto de papel, Martín & Collado Alonso , (2013), lo describe como una “hoja delgada fabricada con pasta de fibras vegetales obtenidas de trapos, madera, paja, etc., molida, blanqueada y desleída en agua que se hace secar y endurecer por procedimientos especiales” (p.11).

Tela: (Martín & Collado Alonso , 2013), menciona que la tela es un trabajo realizado con muchos hilos entretejidos regularmente al máximo de su longitud dando como resultado una.

Existen diferentes tipos de tintas para imprimir en serigrafía de modo que cada tinta tiene su característica especial en esta ocasión nos enfocaremos en la tinta para impresión textil.

- Tintas para aplicaciones eléctricas y domésticas
- Tintas para automoción
- Tintas para cajas de botellas
- Tintas para envases
- Tintas para etiquetas
- Tintas para fleet marketing y lonas
- Tintas para diseño gráfico
- Tintas para impresión textil
- Tintas para discos ópticos
- Tintas para piezas moldeadas
- Tintas para señales retro iluminadas

- Tintas para señalización
- Tintas para teclados de membrana
- Tintas para vidrio y cerámica

2.2.9.1. Tintas para impresión textil:

Según Martín & Collado Alonso, (2013), menciona que:

La serigrafía se sitúa como una de las técnicas más destacadas a la hora de trabajar en el mundo textil. Desde prendas de deporte a camisetas promocionales, bolsas ecológicas o toldos que muestran publicidad y marcas impresas mediante serigrafía. La tinta que se utiliza para este sector está compuesta con una base solvente de dos componentes. Se trata de una tinta muy cubriente debido a su alta pigmentación, lo que ofrece la posibilidad de su aplicación en exteriores de larga duración, así como la resistencia al lavado (60 °C)

La versatilidad de la serigrafía permite plasmar ideas y pensamientos en diferentes soportes y uno de los principales soportes en el cual se emplea esta técnica, son los textiles, cintos de fabricantes de prendas de vestir, prendas para promocionar productos, o para identificar marcas utilizan la serigrafía, pero al mismo tiempo buscan la durabilidad de los estampados empleando tintas muy resistentes tanto al agua como a las temperaturas, las tintas q existen en el mercado actual son cada vez de mayor calidad.

2.2.10. Etapas del Proceso Serigráfico

Esta técnica por sus particularidades que posee permite impregnar tintan desde un bastidor hasta cualquier soporte sin importar su composición, contextura y forma.

Bontce (2001) asegura que no existen restricciones a la cantidad de colores planos o cuatricromias que se van a imprimir, también habla de la gran importancia que existe cuando estos estampados los podemos realizar con maquinaria moderna y sofisticada o simplemente lo hacemos de manera manual.

Las etapas del proceso serigráfico son básicamente sencillas.

Dawson (2001) describe que se debe reconocer 4 etapas al momento de imprimir; Mediante un diseño conseguimos una película, de la película producimos una matriz, con la matriz se graba un soporte y con el soporte procedemos al estampado

Todas las etapas no necesariamente tienden a seguir un lineamiento, al contrario, deben acomodarse a la necesidad de quien las está ejecutando.

2.2.11. Composición de la pantalla (bastidor)

La pantalla quizá es el componente de vital importancia para ejecutar una impresión en serigrafía, está compuesta de un bastidor cuya estructura puede ser de madera o de metal, sobre el cual se fija una maya o tela de textura adecuada permite el paso de la tinta hacia el soporte.

En la práctica la única diferencia existente que hay entre la pantalla y la matriz es que, la pantalla únicamente cuenta con el bastidor o marco de madera o aluminio y la tela. Y la matriz toma su nombre cuando se fusiona la pantalla con determinado diseño que ha sido seleccionado para su posterior uso en la impresión.

2.2.11.1. El Bastidor

En sus investigaciones sobre serigrafía (Martín & Collado Alonso , 2013) afirman que el bastidor es una estructura sencilla de listones de madera o barras sencillas de metal de cualquier tipo siempre y cuando sea resistente y pueda soportar la tensión en el cual se templan los lienzos para ser usados como negativos al momento de estarcir tintas sobre el mismo y transferir un diseño.

Las principales características que se busca en un bastidor para que sea útil en los procesos de la serigrafía son la resistencia y su ligereza en cuanto al peso. Quienes laboran en el área de serigrafía no pueden darse el lujo de que el bastidor se deforme o colapse con el paso del tiempo, el material con el que son estos instrumentos son ensamblados deben tener una buena durabilidad y resistentes a productos químicos que se utilizan en el proceso de la serigrafía, un bastidor cuanto más ligero sea, mayor efectividad atenderá en su manipulación y manejo.

No existen medidas estandarizadas al momento de utilizar uno, más sin embargo los usos de estos en medidas pequeñas resultan mucho más práctico al momento de imprimir, se recomienda bastidores con medidas mínimas de 30 x 40 cm por su excelente maniobrabilidad.

En su estudio sobre la serigrafía Martín & Collado Alonso., (2013), recomiendan lo siguiente:

A la hora de trabajar con un diseño que necesite varias tintas para su reproducción final es necesario contar con las matrices suficientes para poder realizar el encargo. También debe tomarse en consideración que puede surgir la necesidad de conservar una matriz para la realización de tiradas posteriores del mismo diseño.

El problema que surge en este caso es que se va a tener esa pantalla bloqueada con ese diseño hasta que se haya terminado totalmente el trabajo. A pesar de su elevado coste, cada vez más, sobre todo en los talleres profesionales, se recurre a los bastidores metálicos y el auto tensor, que ayudan al impresor a realizar una tensión de la tela mucho más eficaz y regular (p.38).

2.2.12. Tejidos de la Pantalla.

En los materiales para la serigrafía (Martín & Collado Alonso , 2013) mencionan que la pantalla se compone de un tejido específico, destinado únicamente a ser tensado en el bastidor. La elección del tejido es uno de los aspectos de gran importancia dentro de la impresión de serigrafía, esto se debe a que en base al tejido seleccionado se refleja la calidad del trabajo final.

Por este motivo, es de vital importancia tener conocimiento sobre los tipos de tejidos que ofertan en el mercado y cuáles son los más idóneos para cada tipo de trabajo.

2.2.12.1. Seda Natural

A inicios del siglo XX uno de los materiales de mayor preferencia en la utilización de la serigrafía era la seda, cuyos tejidos eran considerados en la época como uno de los tejidos de mayor importancia por su versatilidad y capacidad al momento de tensarla.

2.2.12.2. Seda Gasa

La base del tejido o trama se colocan totalmente rectos más, sin embargo, los hilos perpendiculares a la trama tienden a sufrir un

arqueamiento cada vez que se cruzan con los primeros. Este tejido ofrece gran resistencia asegurando que no existirán ningún tipo de cambios al momento en que la raqueta pasa por la misma.

Es mucha la resistencia que ofrece este tejido puesto que no se producirá ningún cambio en él tras el paso de la raqueta. Esta forma de tejer ofrece unos productos sólidos y de larga duración.

2.2.12.3. Seda Media Gasa.

La seda media gasa es considerada como de más baja calidad, también se la reconoce por su costo más económico, esta variedad de tejidos unos de cada dos hilos tienden a sufrir una torsión, sus tejidos se deforman con mayor rapidez y facilidad.

2.2.12.4. Seda Ordinaria

Dentro de los tejidos la seda ordinaria es la de menor calidad que se puede adquirir en el mercado en el ámbito de tejidos utilizados en la serigrafía, la diferencia de este tipo de seda con los dos anteriores es que los hilos que componen la trama y la urdimbre se entrecruzan, sin que ninguno de ellos tenga una torsión especial

2.2.13. Originales

Un original es un componente gráfico muy indispensable ya que de este se consigue la película para plasmar una matriz a través del proceso de fotograbado.

En investigaciones realizadas (Comamala, 2001) se encontró con que un original claramente puede ser un dibujo, una foto blanca y negro o color, o una imagen almacenada en un ordenador, un texto, una ilustración o una combinación de varios elementos.

Los originales son necesarios, puesto que de estos podemos conseguir una película para crear la matriz mediante el proceso de fotograbado.

2.2.14. Películas

La película corresponde a uno de los elementos fundamentales a la hora de la producción Serigráfica ya que por medio de esta obtenemos la matriz por fotograbado.

La película tiene que ser de forma transparente y consta de segmentos opacos que da por entendido que pertenece a la imagen, dibujo o vector.

Ediciones Acanto (2001) manifiesta que la cualidad principal con la que opera la película, es básicamente natural; los sectores oscuros son perceptibles a la luz, los sectores transparentes establecen un impedimento para el paso de la luz.

Para alcanzar una matriz mediante el método de fotograbado es necesario de una película o transparencia, esta película responde a una lámina transparente

En la película los tonos oscuros cuando son expuestos a la luz ultravioleta generan sectores abiertos en una matriz, en tanto que las áreas transparentes dan paso a las partes cerradas de la matriz, puesto que por esos sectores es donde la luz tiene paso libremente permitiendo el endurecimiento de la foto mezcla.

2.2.15. Matrices

Existe un sinnúmero de maneras para realizar la imposición de la trama en la pantalla, se puede preparar las zonas de la pantalla por las que pasara la tinta y por las que no debe pasar.

2.2.16. Composición de la Pantalla

Cuando hablamos de la composición de la pantalla (Martín & Collado Alonso , 2013) señala que la pantalla es el componente de mayor importancia en la serigrafía, está compuesto por un bastidor o marco el mismo que puede ser ensamblado en madera o metal en el mismo que se fija una tela especial permeable que permite el paso de tinta a un determinado soporte.

Entre pantalla y matriz existe una sola diferencia y es que la pantalla soto está compuesta por el bastidor y la maya, mientras que la matriz está compuesta con lo mismo, bastidor y maya, pero, adicional a esto en la maya o tela esta transferido un diseño, el mismo que ha sido seleccionado por el impresor y está listo cumplir su objetivo que es el de imprimir.

2.3. Identidad Corporativa

2.3.1. Identidad e Imagen Corporativa

Existe una diferencia entre identidad corporativa e imagen corporativa que cumplen funciones específicas en el ámbito comercial.

La identidad corporativa se ubica en un plano emisor; es decir quien emite o desprende un mensaje o una apariencia hacia un público

receptor, y la imagen corporativa se convierte en el plano receptor es decir las grandes masas que perciben el mensaje.

La identidad Corporativa cuando es elaborado su diseño se recolecta la mayor parte de información sobre la empresa y se elabora un manual en el cual queda registrado los valores, creencias, que conforman la personalidad de una empresa y se lo plasma en un logotipo, en un símbolo que en adelante será reconocido en determinados mercados.

2.3.1. Identidad Corporativa

La identidad corporativa tiene su procedencia desde que las empresas comenzaron a utilizar las marcas comerciales para identificar y diferenciar sus productos, así como para identificarse a sí mismas y diferenciarse de la competencia.

Argüello (2009), menciona que el vocablo "identidad corporativa" tiende a generar confusiones en lo relacionado a la idea que la identidad es meramente gráfica, que solo se centra en un gráfico o un dibujo.

La identidad corporativa tiende a ir mucho más lejos, supera la idea de la creación de logotipos, identidad corporativa en tiene una percepción más profunda en la que se integran diferentes áreas relacionadas con la comunicación de una empresa.

En los conceptos que cita Argüello, (2009) tenemos los siguientes:

Para Christian Regouby (4) la identidad corporativa es todo aquello que compone la carta de presentación de la empresa, y en su sistema de identidad visual están presentes elementos constitutivos de la identidad como la historia de la empresa, su evolución, sus estructuras, los servicios

y las realidades presentes, la percepción de esta identidad por los diferentes públicos y la dinámica estratégica dentro de la cual se proyecta la empresa.

Ind(1992) consultor de Identidad Empresarial y autor de varios libros sobre el tema, indica que la "Identidad Corporativa" es la palabra que más se utiliza para precisar esquemas de comunicaciones y procesos que emprende una empresa. La identidad de una organización es la perspicacia con la que se califica a sí mismo una empresa.

Entre estos dos conceptos, podemos dar por entendido que la identidad visual es netamente una comunicación abierta que una empresa decide integrar en sus bases, esta comunicación abierta transmite el ser en sí de la empresa, su estructura, sus valores y hacia donde se proyecta la empresa.

Mediante la identidad corporativa una empresa puede desarrollar un fuerte vínculo entre la empresa y sus clientes, mediante un correcto uso de todos sus componentes, pudiendo significar éste el desarrollo esperado por una empresa.

Podemos concluir que la identidad es nuestra primera aseveración, se traduce en el conocimiento y la naturalidad que tiene la organización de sí misma, limitada por su entorno, su propia actividad identitaria y el proceso continuo de revisión y creación de sus atributos, de su cultura, lo cual debe comunicar a sus audiencias, a su público.

En la actualidad la identidad no deja de ser uno de los términos más utilizados en el mundo empresarial.

2.3.2. Estrategia Corporativa

En las investigaciones sobre estrategias corporativas (Ind, 1992) cita al padre del marketing Philip Kotler y es él quien describe la estrategia como un elemento básico en todas las empresas, puesto que toda empresa debe mirar hacia el futuro y elaborar un plan o una estrategia a largo plazo que le permita desenvolverse ante cualquier adversidad que se presente en su sector, lograr sus metas propuestas, mirar más allá del presente y elaborar una estrategia a largo plazo que les permita hacer frente a cualquier cambio.

En realidad, no hay estrategia que sea considerada la mejor para todas las empresas, es por eso que cada una debe idear una propia y elegir qué es lo que le conviene a su sector siempre teniendo en cuenta su posición en el mercado su misión, visión y sus recursos con los que cuentan para lograr su objetivo.

2.3.3. La Marca

En el mundo globalizado una empresa necesariamente debe tener una identidad propia mediante la cual sus clientes puedan reconocerla con facilidad, es por ello que surge la necesidad de tener una marca debidamente elaborada con normas técnicas para su manejo.

Una de las grandes variables de mayor importancia para una empresa y en el día a día gana protagonismo, tomando en cuenta que vivimos en una etapa en la cual predomina el marketing de percepciones y por lo tanto la marca resalta sobre un producto.

Para tener una posición privilegiada en el mercado y apoderarse del mismo es necesario que la empresa debe ser reconocida mediante un distintivo

Según la Asociación de Marketing la marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de algunos de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores.

La marca no solo es una señal o un término, en la actualidad la marca se ha convertido en la más importante herramienta estratégica dentro del medio económico actual puesto que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones características intangibles y emocionales de un producto o servicio

En el mundo competitivo se ha visto la necesidad de identificar y diferenciar un producto, esto se convirtió en la manera de usar de manera nítida y contrastada los mensajes que van vinculados a un producto y su marca

¿Por qué se necesita una marca?

En su estudio Flórez Calderón (2015) Menciona que:

Es necesario diferenciar productos y servicios. Se marca un pañuelo, un bolígrafo, en señal de pertenencia. El nombre patronímico y la firma, son manifestaciones directas de la necesidad de plasmar una identidad. Como diferenciación personal y simbólica existen los tatuajes, tanto en las sociedades tribales como en las desarrolladas, así como signos que hacen parte de la indumentaria. Igualmente, son comunes los signos de pertenencia a una institución universitaria, profesión, religión, partido político o ideología. (p.47)

Todo producto o servicio tiene que diferenciarse, es necesario crear una identidad para poder ser diferenciado y reconocido en cualquier circunstancia.

2.3.4. Manual de Identidad Corporativa.

Un manual de identidad corporativa establece el instrumento esencial de una empresa para su guía, se convierte en las reglas con las que una empresa se presentara y conlleva el mensaje institucional que quiere transmitir. El manual de identidad corporativa elaborado de manera técnica garantiza el respeto y la promoción de la empresa o institución,

En el manual de identidad corporativa se concentra en la edificación, la imagen y la marca a proyectar, los colores, la tipografía a emplear, las versiones y adaptaciones, y sobre todo principalmente los soportes y sus aplicaciones, es aquí donde se norma las reglas de estricto uso obligatorio.

Cuando se desarrolla un manual de identidad corporativa, es necesaria su estricta aplicación, la identidad corporativa realizada de manera técnica no es un simple logotipo como le ve la gente, el verdadero manual de identidad implica una verdadera conexión y coherencia visual en todos sus elementos que no son sino, comunicaciones que una empresa o institución realiza.

De la identidad corporativa dependerá la presentación de una empresa hacia el público.

2.3.4.1. El Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es el elemento principal al momento de construir la imagen corporativa, el nombre será el encargado de causar la principal impresión a los clientes.

Por eso al momento de elegir un nombre para el negocio, es esencial analizar detenidamente el pro y el contra, el posible impacto y su significado, generalmente se recomienda que el nombre tenga algo de relación con el negocio que se propone, sea claro entendible y sobre todo fácil de recordar.

2.3.4.2. El Logotipo.

En los estudios de sobre el desarrollo de una marca (Flórez Calderón , 2015) toma el criterio de Acosta y menciona que el logotipo es un distintivo particular que toma su forma por la composición de tipografías o abreviaturas, características de una empresa, marca o producto.

El logotipo está compuesto por tipografía cuyo diseño gráfico particular refuerza el significado. El Logotipo es el “discurso”, versión gráfica y estable del nombre de marca. No es analógico por ser lingüístico, sino abstracto.

Para crear un logotipo se debe profundizar la idea de cómo quiere que sea un diseño para que su resultado sea atractivo y de rápida percepción para los clientes, hacer un análisis y proyectarse a un público objetivo a que se quiere llegar, ver alrededor e investigar la competencia y reconsiderar el mensaje que se quiere transmitir, es esta la única manera con la que se puede elegir un logotipo adecuado para la empresa.

2.3.4.3. El Eslogan

El Eslogan es meramente un mensaje con el que se proyecta llamar la atención del público objetivo, en este se tiene que dar a conocer de manera directa y sencilla los beneficios de un producto o servicio con el que diferenciara al resto de la competencia.

2.4. Posicionamiento Teórico Personal

2.4.1. El Diseño Gráfico

Si nos ponemos a observar con atención todo lo que nos rodea, todo lo que está a nuestra vista, los rótulos publicitarios, los vehículos en los cuales nos movilizamos la ropa que vestimos, los libros que leemos, los domicilios donde vivimos en si todo lo que nos rodea corresponde a una solución a una necesidad o problema, por ejemplo los rótulos publicitarios solucionan la necesidad de anunciar un determinado producto, los vehículos solucionan la necesidad de movilizarnos con mayor agilidad y en el menor tiempo posible, la ropa que vestimos cubre la necesidad de vestirnos y estar presentados, en fin cada objeto que está a nuestro alrededor son meramente resultados del diseño que no tiene otra finalidad que la de entregar una solución de acuerdo a las necesidades que se presentan en el vivir cotidiano.

El diseño gráfico se ha convertido en una parte vital de nuestro diario vivir; el diseñador trabaja con sinnúmero de herramienta de la comunicación con el único fin de trasmitir un mensaje.

Sintetizando, el Diseño Gráfico es el proceso de seleccionar, programar, conjugar y ordenar una serie de elemento e ideas para obtener como resultado objetos visuales dirigidos a comunicar mensajes específicos a públicos objetivos determinados, en diferentes soportes ya sean libros, revistas, carteles, prendas de vestir y más.

La comunicación visual que obtenemos mediante el uso de símbolos, imágenes, textos, gráficos y más herramientas buscan transmitir mensajes de manera precisa y directa, las imágenes y las tipografías se convierten en las principales herramientas del diseñador para cumplir con su objetivo.

Según (López López, 2014), podrían diferenciarse tres tipos de diseño gráfico los cuales se basan en función a las herramientas que son utilizadas por el diseñador para comunicar el mensaje. (p.21)

Diseño Gráfico basado en la imagen; donde se emplean principalmente la fotografía, ilustraciones o imágenes generadas por ordenador.

En el mundo globalizado la tecnología avanza a pasos agigantados, en el diseño gráfico esta tecnología resulta muy útil, un salto de lo análogo a lo digital claro ejemplo es la fotografía digital y las ilustraciones que hoy en día se las puede realizar en ordenadores con software muy avanzados que permiten agilizar el diseño gráfico de manera técnica.

Diseño gráfico basado en texto; donde el mensaje se transmite por medio de la palabra escrita organizada de forma visual.

2.4.2. La Serigrafía:

Cuando hablamos de serigrafía, hablamos de una técnica milenaria, entonces apuntamos a que la serigrafía es considerada como la madre de todas las impresiones, en función a la superficie a imprimir puesto que es una técnica de impresión muy empleada en diferentes ámbitos, puede ser de dos formas: plana o cilíndrica.

Cuando discutimos de superficies planas, hablamos desde pequeños formatos pasando por cualquier tipo de prendas de vestir hasta vallas publicitarias, carteles y más superficies que puedan ser estampadas o impresas en formas planas.

En cuanto a la cilíndrica es empleada para la decoración de botellas, embaces, latas y más artículos de forma circunferencial.

Lesur Esquivel, Luis., (2013) en su obra Manual de Serigrafía, una guía paso a paso dice: “Con la serigrafía se puede imprimir casi cualquier material, de cualquier tamaño, de cualquier grueso, en cualquier color y en cualquier cantidad”

En la actualidad la serigrafía ocupa un rol importante en nuestra cotidianidad, a menudo utilizamos objetos o artículos que tienen algo estampado mediante la técnica de serigrafía, prendas de vestir, embaces de productos, artefactos eléctricos entre otros.

Al ser una técnica milenaria de impresión, es también una técnica de la cual se puede obtener beneficios económicos, sociales y hasta culturales.

2.4.3. Identidad Corporativa:

La Identidad corporativa se traduce a todos los elementos que dan forma a la carta de presentación de una empresa, en estos esta la constitución, sus políticas, su presentación como empresa ante los mercados, se puede atribuir también como la imagen con la que la empresa se presenta ante el imaginario colectivo.

En síntesis, la imagen corporativa puede diferenciar a una empresa de otra, porque en ella se conjugan sus cualidades, características, historia, objetivos y visión.

2.5. Glosario de Términos

- **Acuñó:** sujetar o ajustar determinado objeto.
- **Afiches:** Soporte de un mensaje que se quiere comunicar.
- **Automatización:** Procedimientos automáticos de máquinas para realizar un proceso en determinada industria.
- **Automoción:** Circunstancia de moverse por sí mismo.
- **Banners:** En español significa banderola, especie de publicidad.
- **Bastidor:** Estructura de madera o metal que sirve para sujetar lienzos.
- **Barniz:** Mezcla de uno o más líquidos que se transforman en cuerpo sólido
- **Cuatricromías:** impresión o grabado de 4 colores.
- **Cintos:** Pretina para ajustar con una sola vuelta y se asegura mediante broches.
- **Didáctico:** Adjetivo relacionado con la enseñanza.
- **Diversificada:** Multiplicar lo que era uno solo.
- **Diseño:** Agilidad creativa de idear cosas ventajosas y atractivos que se puede producir en serie.
- **Estructural:** Análisis o estudio de un objeto considerando su forma y su estructura.
- **Esquemático:** Elaboración de manera natural sin lujos o detalles.
- **Estarcido:** Habilidad que radica en imprimir sobre un soporte un dibujo o imagen sobre una platilla que posea huecos para que la tinta pueda pasar.
- **Emulsión:** Líquido que tiene en suspensión pequeñas partículas de sustancias insolubles en agua

- **Entretejidos:** Hilos tejidos en diferentes formas.
- **Fibrosa:** Constitución de fibras o filamentos.
- **Fleet marketing:** Término en inglés que en su traducción al español significa flota de comercialización.
- **Grafismo:** Diseño gráfico en revistas, libros, películas, programas de televisión y más.
- **Huecograbado: Operaciones** de fotograbados que se realizan en planchas.
- **Ilustraciones:** Dibujar o adornar con diseño gráfico en revistas, libros y más.
- **Imprenta:** Sistema de impresión repetitiva de textos o libros.
- **Identidad:** Es el conjunto de rasgos, cualidades e información que caracterizan a determinado sujeto u objeto.
- **Interdisciplinar:** Es un adjetivo que involucra varias disciplinas.

- **Lienzos:** Tela que se fabrica de diferentes materiales
- **Morera:** Árbol con hojas verdes y ligeramente ásperas, tienden a alcanzar hasta los 18 metros de altura y generalmente sirve de alimento para el gusano de la seda.
- **Matriz:** Molde para imprimir letra o dibujos previamente impregnados algún tipo de material.
- **Magenta:** color oscuro que se obtiene cuando se mezclan los colores rojo y azul.
- **Packaging:** Término usualmente utilizado para referirse a empaque o envases de un producto.
- **Persuasión:** La capacidad de convencer a una persona con razones o argumentos para que realice determinada acción.
- **Patente:** Certificado que acredita una condición o un mérito.
- **Permeo:** Entrarse un cuerpo o traspasarlo.
- **Plantilla:** Pieza de tela plana perforada en su interior que sirve de guía para dibujar.

- **Photoscreen:** Imagen o fragmento de ella impregnada en una pantalla.
- **Pigmentación:** Tonalidad de un cuerpo causada por el depósito de un tinte o pigmento.
- **Realizador:** persona que elabora o efectúa una obra.
- **Serigrafía:** Es la forma de impresión que radica en duplicar sobre cualquier material un dibujo o imagen previamente grabada en una matriz de hilos.
- **Sustrato:** Objeto que está en la base u origen de algo
- **Tampografía:** Proceso de reproducción el cual es cubierto con emulsión fotosensible donde se impregna una imagen mediante un proceso químico dando paso al huecograbado, a esta placa se la denomina matriz y es por ahí donde pasa la tinta para realizar una impresión.
- **Tipográfico:** Se deriva de la palabra tipografía y es referente a técnicas de impresión
- **Urdimbre:** Conjunto de hilos que se colocan en un telar paralelamente para dar forma a un tejido.
- **Versatilidad:** Facilidad de soportar grandes cambios.
- **Volatiliza:** Capacidad de transformarse en vapor.

2.6. Sub Problemas, Interrogantes.

Para realizar aplicaciones en serigrafía en la ciudad de Tulcán ¿hay una cultura de diseño y tratamiento del mismo que apliquen los artesanos de este sector?

¿Los Artesanos de la ciudad de Tulcán involucrados en las labores de serigrafía están debidamente capacitados para afrontar nuevas tecnologías en cuanto al sistema de estampados e impresiones?

Al Trabajar de manera artesanal ¿los talleres de la ciudad de Tulcán cubren con la demanda existente de estampados en la ciudad?

¿La serigrafía sigue siendo un método efectivo de estampado para prendas textiles?

Los insumos utilizados para la serigrafía ¿hasta qué punto son maliciosos para la salud humana y el medio ambiente?

¿Es necesario actualizar conocimientos en cuanto a las nuevas técnicas de impresión?

Los propietarios de talleres de estampados ¿aplican tácticas de marketing en sus negocios?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En su estudio Baena Paz(2014)dice:

El método se empieza a utilizar en la Grecia antigua, Aristóteles lo utiliza como procedimiento para indagar el conocimiento empírico y le llama método de síntesis, y lo explica en cuatro pasos:

1. Si aprehenden los fenómenos como observador pensante que le interesa todo lo que se presente y que se debe estudiar a fondo y en detalle.
2. Si parte de lo general y con un proceso de reflexión se llega a lo particular.
3. Se consideran las consideraciones dadas por la filosofía anterior sobre el objeto para aceptar, corregir y transformar la concepción que se tiene de él, así como exponer las características que se le han encontrado.
4. Se examina con el pensamiento el objeto estudiado y determinado, o sea, se vuelve el resultado obtenido para verificar su validez. (p.44)

Se requiere del levantamiento técnico de información, para ello se procede al muestreo o censo; en el primero de los casos, implica, la selección en base a un procedimiento estadístico, de un conjunto representativo y finito de la población o universo.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que permite explicar la relación que existe entre las variables en relación al estudio para la creación de una microempresa dedicada a las actividades de serigrafía sobre soportes textiles a través de métodos cuantitativos. Según esta perspectiva, el objeto de la investigación es explicar, predecir y controlar fenómenos positivos y negativos.

3.1. Tipo de investigación

El presente proyecto se desarrolló mediante la investigación cuantitativa, el cual es posible trabajar con las muestras de los análisis de

datos recolectados empleando una base numérica, tomando como punto de partida algunos sistemas de cálculo manejados por normas habitualmente ajustadas a la necesidad.

Análisis Descriptivo generalmente describe las particularidades de un conjunto de observaciones.

Análisis Exploratorio se dedica a explorar las relaciones que se encuentran ocultas tras las agrupaciones de sujetos o casos.

Mediante este modelo se analizó y describió la información obtenida del entorno mediante los conocimientos del investigador que es en el sentido de la observación de la situación actual y encuestas con las personas involucradas.

3.1.1. Documental

Mediante esta investigación nos hemos apoyado en fuentes de carácter documental, fuentes y documentos especiales logrando su obtención mediante fuentes bibliográficas y fuentes archivísticas obtenidas de ensayos y revistas de serigrafía.

3.1.2. Proyecto Factible

Con la información que se obtuvo en la investigación se propone actividades vinculadas entre sí, las mismas que permitieron establecer objetivos previamente definidos para brindar atención y una posible

solución al problema existente en el Cantón Tulcán en cuanto al servicio de serigrafía y estampados en soportes textiles.

Para el desarrollo del proyecto factible realizamos las siguientes interrogantes:

¿Qué hacer?

Mediante la recolección de información hacer una Investigación exhaustiva para saber la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a las actividades de serigrafía en soportes textiles

¿Para qué llevarlo a cabo?

Para saber en nivel de factibilidad o riesgo que puede conllevar la creación de la mencionada microempresa.

¿Por qué es necesario acometerlo?

Para tener resultados de por qué es importante crear esta microempresa.

3.1.3 Tecnológica

Con el fin de fomentar la innovación tecnológica en el ámbito de la serigrafía se pudo constatar de qué manera trabajan y cuál es la tecnología que utilizan las personas dedicadas a la serigrafía y estampados en la ciudad de Tulcán, obtenida la información también se realiza sugerencias de los adelantos tecnológicos con los que se pudiera trabajar.

3.2. Métodos de la Investigación

Para elegir el método más apropiado a emplearse en una investigación no existe una regla ya que depende de ciertos factores como tipo del problema, variable y objetivo.

Alarcón J (2008) dice la metodología es el conjunto de métodos o su descripción y concretamente metódica es la parte de la lógica que estudia los métodos.

3.2.1. Recolección de información

Existen diversas maneras de recolectar información; para la presente investigación se recolecto la mayor cantidad posible de información mediante encuestas y entrevistas, con el fin de tener veracidad en los resultados y al momento de aplicar conclusiones o recomendaciones, estas sean tomadas muy en cuenta para la propuesta que se realice.

3.3. Técnicas de Investigación

3.3.1. Entrevista

Según, Martínez Carrasco, (2011) en su obra Investigación Comercial menciona que: “la entrevista recopila información a través del contacto cara a cara con los individuos” (p.19)

Para cumplir con este objetivo se mantuvo conversaciones personales mediante las cuales se obtuvo información con las personas involucradas en el trabajo de la serigrafía y quienes ocupan este servicio en forma directa. En este caso son los propietarios de talleres dedicados a realizar trabajos de serigrafía y artesanos de la confección quienes son los consumidores principales de estos servicios.

3.3.2. Observación de la entrevista

Persona Entrevistada Sra. Luisa Llorente

Asociación de “Economía Popular y Solidaria los Pastos” es una asociación que está radicada en la ciudad de Tulcán, en las Calles Manabí y Paraguay, en la actualidad la integran doce artesanos de la confección los mismos que laboran dentro de la asociación y también tienen sus talleres de forma individual.

El objetivo principal de esta asociación es buscar el bien común para sus socios a través de la confección de todo tipo de prendas de vestir las mismas que son adquiridas generalmente por su mayor cliente que es el Estado, también tienen como clientes a entidades públicas y privadas.

Cuando hablamos de materias primas para la confección, aparte de la gran variedad de materiales y procesos que utilizan, resalta la utilización de la serigrafía, este servicio es empleado generalmente cuando sus pedidos son mayores a 60 prendas.

La oferta que existe en Tulcán en cuanto al servicio de serigrafía, generalmente los artesanos manifiestan que el servicio lo deben buscar afuera de la ciudad, ya sea por precio, calidad y agilidad en el trabajo, el servicio de serigrafía en la ciudad tiene costos elevados lo cual obliga a buscar nuevos proveedores que brinden precios más económicos, porque gastos como estos depende el nivel de rentabilidad en sus prendas.

Generalmente acuden a ciudades como Ambato, Otavalo e Ibarra, es ahí donde encuentran servicios de calidad y a precios cómodos, claro está que aun teniendo que incluir gastos de movilización a otras ciudades los costos siguen siendo relativamente más bajos que la ciudad de Tulcán.

En temporadas altas este servicio lo adquieren en grandes cantidades.

En cuanto se habla de la creación de una microempresa dedicada la labor de estampados, esta, suena halagadora para quienes se dedican a la confección, esto se convierte en un motivo para impulsar el desarrollo de este proyecto, el cual presenta grandes ventajas al ser una microempresa nueva con ideas actualizadas e innovadoras con visión futurista y en base a mayor producción menor costo se puede satisfacer esta necesidad evitando a los artesanos de la confección salir a otras ciudades en busca de este servicio.

3.3.3. Extracto de la entrevista a los propietarios de talleres de serigrafía Prin Line y Artevision.

En esta entrevista ambos artesanos concuerdan que la serigrafía es la madre de todos los estampados, esta técnica, se sigue utilizando hasta la actualidad, pero también admiten que la tecnología y los nuevos métodos de estampados van avanzando y se están quedando rezagados de la misma llegando a pensar seriamente en la actualización de conocimientos.

Cada uno de ellos cuenta con su cartera de clientes definidos que van de 10 a 12 talleres los mismos que acuden semanalmente a realizar estampados en las prendas que ellos confeccionan.

Al momento de hablar de estampados también aseguran que hay métodos modernos que de cierto modo van adquiriendo mayor demanda, ejemplo de ello es el método del sublimados que brinda mayor rapidez al momento de estampar, al ser una ventaja, también tiene sus desventajas ya que esta técnica solo puede ser impresa en telas sintéticas, mientras que la serigrafía es una técnica idónea por su versatilidad y adaptación para poder imprimir en cualquier superficie que no necesariamente tiene que ser tela caso que no ocurre con el sublimado

Su cartera de clientes es definida pero variable, no manejan un número fijo de estampados, esto se debe a las temporadas como entrada de clases, época de campeonatos deportivos, y época de festividades.

También la demanda personalizada de estampados está de moda, generalmente los jóvenes buscan personalizar sus modelos y por estos trabajos pagan precios accesibles.

En el negocio de la serigrafía los precios son relativos, a mayor cantidad menor precio, entre las fuentes de ingresos también consta los trabajos de rebelado de matrices, existe una gran cantidad de clientes que adquieren estos servicios.

En síntesis, podemos afirmar que quienes se dedican a las labores de serigrafía en la ciudad de Tulcán, están atrasados en cuanto a conocimientos y equipamientos, básicamente siguen siendo talleres artesanales que tienen su demanda, pero no cubren con las expectativas existentes en la ciudad de Tulcán.

3.3.4. Encuesta

Martínez Carrasco, (2011) nos entrega su concepto de encuesta: “La encuesta es el medio de obtención de información primaria más utilizado en la investigación comercial Al ser las encuestas una de las técnicas más utilizadas en el desarrollo de proyectos, minuciosamente se elaboró un cuestionario para proceder al levantamiento técnico de la información la misma que es de vital importancia para el desarrollo del proyecto (p.18).

En el cuestionario elaborado se planteó preguntas directas y concretas, dirigidas a un grupo de artesanos involucrados directamente en el consumo de los servicios de serigrafía.

3.4. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

- Cuestionario para obtener una correcta compilación de datos se elaboró un cuestionario el cual constan preguntas las mismas que pretenden recoger información contrastada de la realidad sobre el movimiento de los estampados en la ciudad de Tulcán.
- Universo. Como población universo tomamos al grupo de artesanos de la confección de la ciudad de Tulcán quienes están involucrados directamente en la adquisición de los servicios de serigrafía.
- Muestra Para obtener la muestra se toma del universo total de la población y se calcula la muestra en base a la fórmula de población finita, la cual es:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{N - 1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n	=	Tamaño de la muestra.
PQ	=	Varianza de la población, valor constante
N	=	Población o Universo
(N-1)	=	Corrección geométrica, para muestras grandes
E	=	Margen de error estadísticamente aceptable
K	=	Coefficiente de corrección de error, valor constante

En el presente caso no se realiza el muestreo puesto que la población a encuestar es menor a 100 por lo tanto la encuesta se la debe realizar a toda la población, la cual es de 60 artesanos de la confesión, acentuados en la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán.

No se tiene estadísticas o registros oficiales de cuantos talleres de la confección existen en la ciudad de Tulcán, el resultado de 60 talleres es obtenido mediante recopilación del investigador.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA.

Se llevó a cabo un estudio con respecto a la población de la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán, involucrando a quienes se dedican a la elaboración y confección de prendas textiles, artesanos confeccionistas de prendas de vestir, talleres y asociaciones de la confección para lo cual se estableció un cuestionario dirigido a este extracto.

En este caso se realizaron 60 encuestas, no se obtuvo muestra de población universo debido a que al ser un grupo reducido de aproximadamente 60 talleres y confeccionistas de los que se tiene conocimiento, no hay datos oficiales con respecto a los talleres dedicados a la confección, los datos obtenidos de 60 talleres fueron recogidos por el investigador, por lo tanto, no hay necesidad de aplicar la fórmula y se procede a realizar las encuestas al cien por ciento de esta población.

Las preguntas fueron elaboradas minuciosamente con el fin de obtener datos reales para plantear una propuesta alternativa convincente y acorde a las necesidades del sector.

4.1. Cuestionario

1. ¿Utiliza servicios de serigrafía para las prendas que usted confecciona?

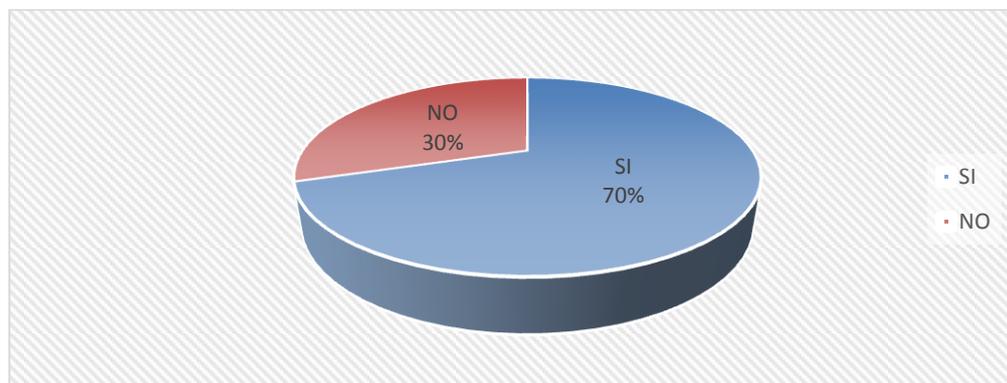
Tabla 1: Uso de serigrafías

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	42	70%
No	18	30%
TOTAL	60	100%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 1: Uso de serigrafías



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: hay una alta demanda de los servicios de la serigrafía en la ciudad de Tulcán.

CONCLUSIÓN: la serigrafía es un componente necesario dentro del ámbito de la confección el cual entrega un valor agregado a los mismos.

2. ¿La serigrafía es primordial para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas textiles en la ciudad de Tulcán?

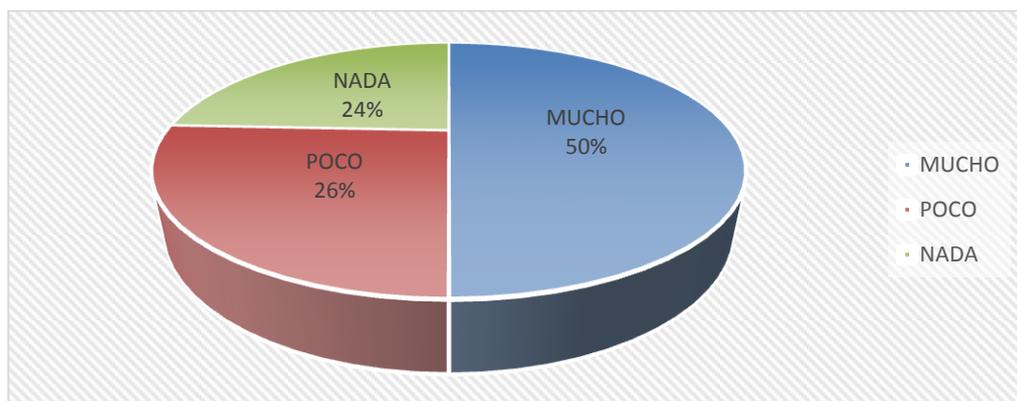
Tabla 2: la serigrafía como desarrollo de las empresas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	30	50%
Poco	18	26%
Nada	12	24%
TOTAL	60	100%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 1: la serigrafía como desarrollo de las empresas



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: la serigrafía y otros tipos de estampados son de uso primordial en la industria de la confección.

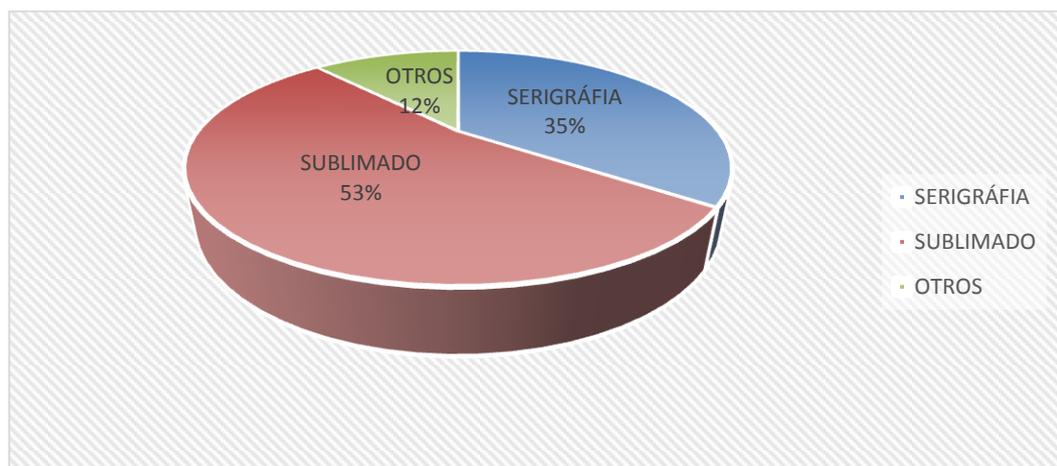
CONCLUSIÓN: por su versatilidad la serigrafía es una técnica idónea para los usos en la industria textil.

3. ¿Cuál es la técnica de estampado que adquiere usted con frecuencia?

Tabla 3: Técnicas de estampado de mayor consumo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Serigrafía	21	35%
Sublimado	32	53%
Otros	7	12%
TOTAL	60	100,00%

Gráfico 1: Técnicas de estampado de mayor consumo



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: La modernización de procesos en el área de estampados da paso nuevas técnicas que optimizan recursos y tiempo, así mismo hay sus ventajas y desventajas.

CONCLUSIÓN: La serigrafía y el sublimado son las tendencias en estampados de mayor consumo en el área textil.

4. ¿En qué ciudad realiza usted la adquisición de este servicio?

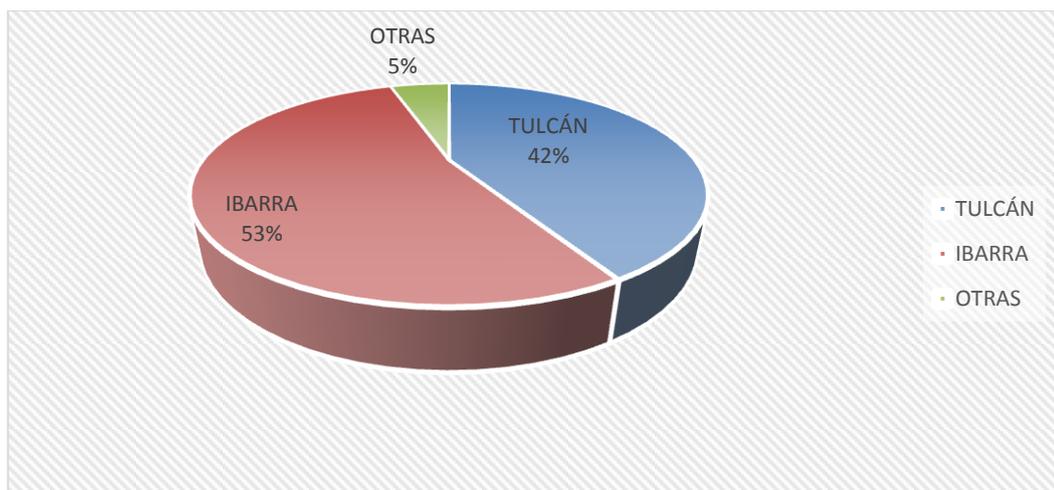
Tabla 4: Ciudades donde se adquiere el servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tulcán	25	42%
Ibarra	32	53%
otras	3	5%
TOTAL	60	100,00%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 4: Ciudades donde se adquiere el servicio



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: Quienes se dedican al área de la serigrafía en un gran porcentaje buscan estos servicios fuera de la ciudad.

CONCLUSIÓN: La demanda de serigrafía en la ciudad de Tulcán no es cubierta con satisfacción.

5. ¿CADA CUÁNTO TIEMPO REQUIERE LOS SERVICIOS DE SERIGRAFÍA?

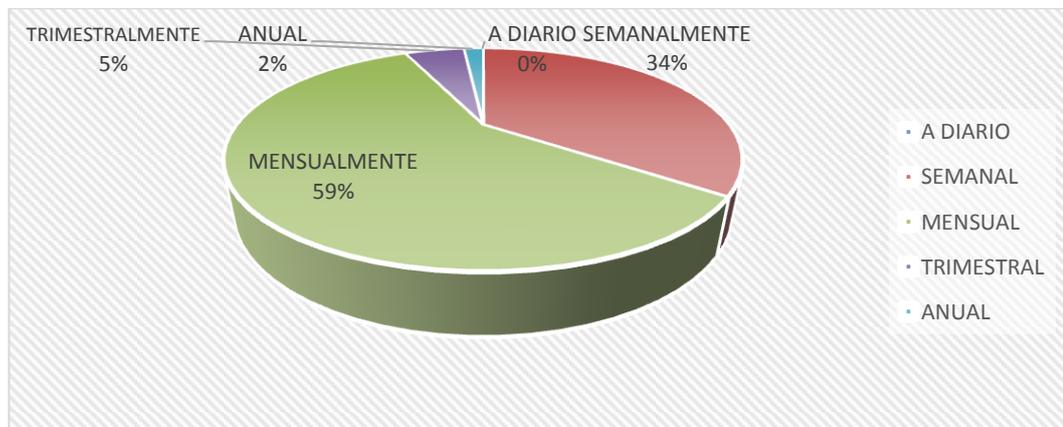
Tabla 5: Frecuencia de tiempo que se adquiere el servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	0	0%
Semanalmente	21	34%
Mensualmente	35	59%
Trimestralmente	3	5%
Anualmente	1	2%
TOTAL	60	100,00%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 5: Tabla 5: Frecuencia de tiempo que se adquiere el servicio



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: El comportamiento de los artesanos de la confección en la ciudad de Tulcán tiende a seguir un patrón de consumo.

CONCLUSIONES: Existe un limitante en cuanto a la producción diaria, semana y mensual.

6. Selección múltiple ¿para qué tipo de prendas utiliza estampados?

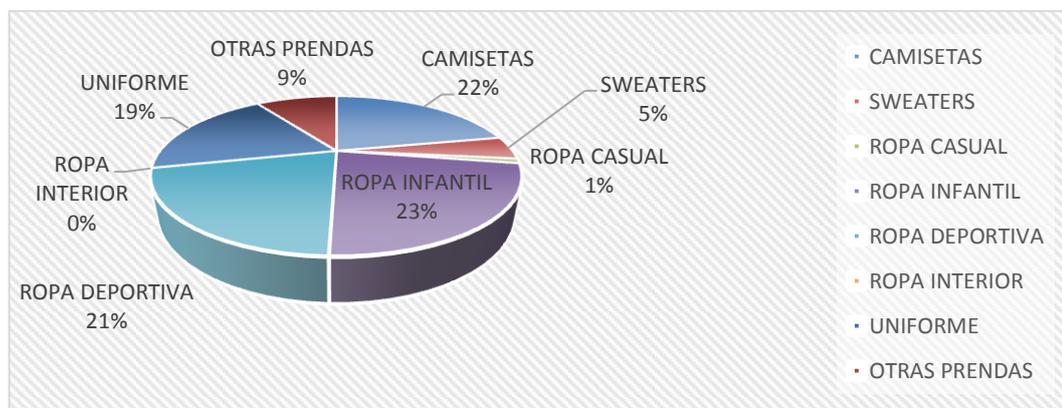
Tabla 6: Prendas que frecuentemente se estampan.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	SI	
Camisetas	23	22%
Sweaters	5	5%
Ropa casual	1	1%
Ropa infantil	24	23%
Ropa deportiva	22	21%
Ropa interior	0	0%
Uniforme	20	19%
Otras prendas	10	9%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 6: Prendas que frecuentemente se estampan.



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: El mercado textil es amplio, la exigencia del mercado actual es un potencial positivo para el sector de los estampados.

CONCLUSIONES: Existe una gran demanda en relación al mercado de los estampados, esto es beneficiosos para el sector micro empresarial.

7. ¿Qué cantidad de prendas estampa al mes?

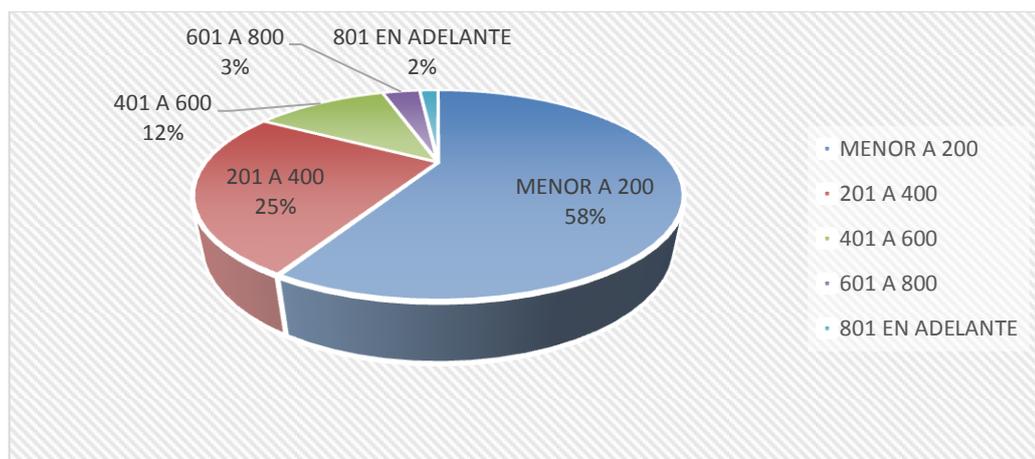
Tabla 7: Cantidad de prendas estampadas por mes.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a 200	35	58%
201 a 400	15	25%
401 a 600	7	12%
601 a 800	2	3%
801 en adelante	1	2%
TOTAL	60	100,00%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

GRÁFICO 7: Cantidad de prendas estampadas por mes.



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: Existe una notable cantidad de prendas que se imprimen al mes lo cual influye en el movimiento comercial del sector.

CONCLUSIÓN: la concurrencia a imprimir semanalmente supera las doscientas impresiones esto es beneficiosas para un mercado tomando en cuenta que son sesenta talleres existentes en la ciudad.

8. ¿Qué tipo de estampado que utiliza con mayor frecuencia?

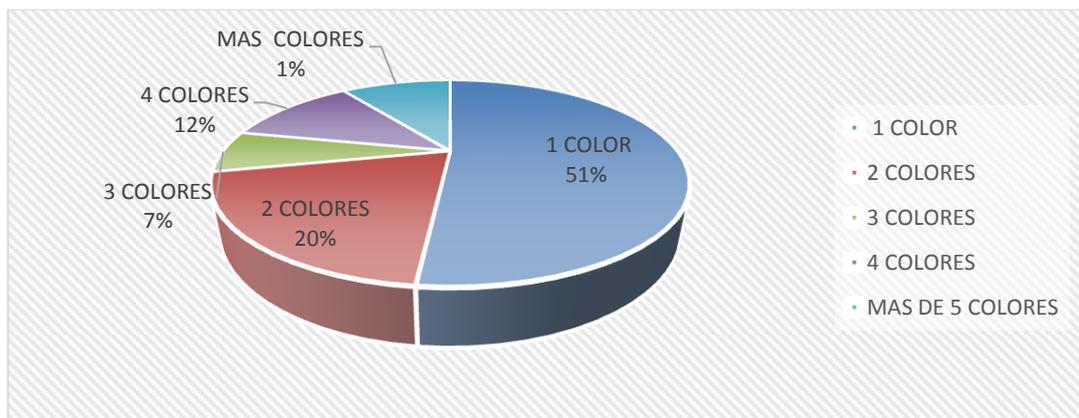
TABLA 8: Tipo de estampado utilizado con mayor frecuencia.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 color	35	51%
2 colores	15	20%
3 colores	7	7%
4 colores	2	12%
Más de 5 colores	1	1%
TOTAL	60	100,00%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

GRÁFICO 8: Tipo de estampado utilizado con mayor frecuencia.



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: El manejo de varios colores en los estampados es dominante en el mercado de estampados para prendas de vestir.

CONCLUSIÓN: Las cuatricromías son la nueva tendencia en los estampados mediante la técnica de serigrafía, pero las preferencias por los colores planos se antepone a todas

9. Selección múltiple. ¿En qué se fija usted al momento de utilizar los servicios de una empresa de serigrafía?

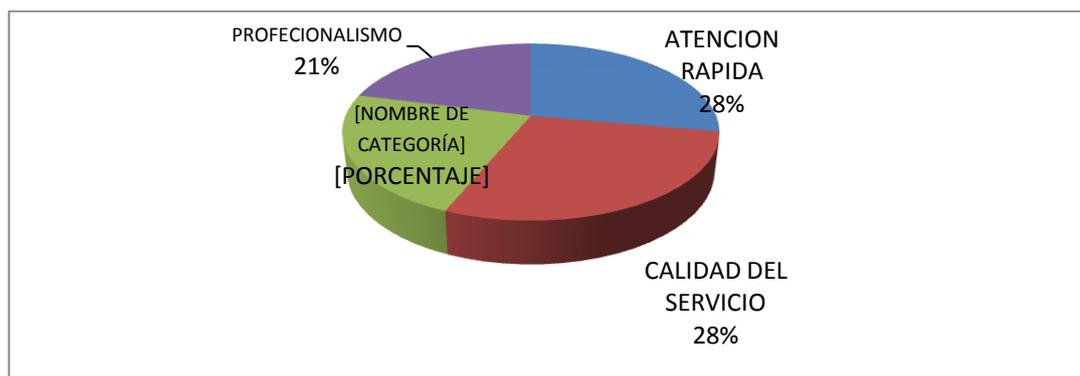
Gráfico 9: Presencias de servicios de una empresa.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	SI	
Atención rápida	49	50,00%
Calidad de servicio	50	50,00%
Costo económico	40	66,67%
Profesionalismo	37	26,67%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Gráfico 9: Presencias de servicios de una empresa.



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: Las variantes como la atención, calidad de servicio, precio y profesionalismos son de mucha importancia al momento de adquirir el servicio de estampados, la calidad del servicio y la rapidez en los trabajos son factores dominantes sobre el precio.

CONCLUSIÓN: El precio, la calidad del servicio, y la rapidez en los trabajos influyen mucho en la decisión del cliente al momento de adquirir el servicio.

10. ¿Está usted de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a brindar los servicios innovadores de serigrafía y estampados en la ciudad de Tulcán?

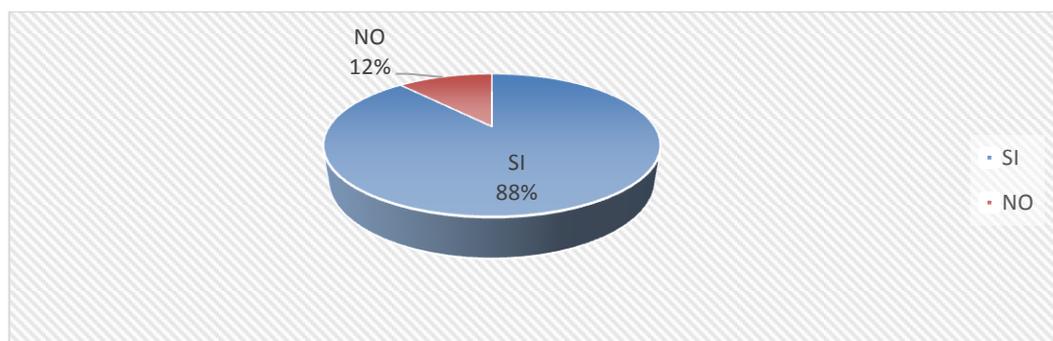
TABLA 10: Criterios sobre una nueva empresa de serigrafía.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	42	70%
No	18	307%
TOTAL	60	100%

Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

Grafico 10: Criterios sobre una nueva empresa de serigrafía.



Fuente: Artesanos de la ciudad de Tulcán

Autor: Giovany Taicus I.

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los encuestados respondieron de manera positiva a la creación de una microempresa dedicada a las actividades de serigrafía.

CONCLUSIÓN: Es evidente la necesidad de una microempresa de serigrafía que brinde servicios de calidad.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- Luego de haber realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se ha registrado la información necesaria que nos lleva a las siguientes conclusiones:
- La investigación se realizó en la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán, obteniendo resultados importantes que dan a conocer la realidad en cuanto al desempeño de la serigrafía en el desarrollo de la industria textil permitiéndonos conocer un mercado existente y la factibilidad positiva para la creación de una microempresa dedicada a las labores de serigrafía sobre soportes textiles con estándares de calidad que generen revolución dentro de sus ámbitos.
- El mercado de la serigrafía en la ciudad de Tulcán es un mercado que aún no es explotado en su totalidad, siendo un mercado solvente y sostenible, existen talleres que ejercen esta labor de manera empírica con métodos antiguos demostrando un decaimiento en la producción en cantidad, calidad y precios altos, motivos suficientes para que la demanda busque mercados alternativos fuera de la ciudad, por lo tanto, afirmamos que si es factible la realización de este proyecto.
- Con la creación de una nueva empresa de serigrafías en la ciudad es posible generar impactos de índole social, económica e industrial.

- Social, afecta de manera positiva mejorando la calidad de vida de las personas quienes están inmersas en la empresa.
- Económico, genera nuevas fuentes de empleo de manera directa e indirecta.
- Industrial mediante la implementación de nueva tecnología y métodos modernos que permiten agilizar el trabajo y mejorar la producción a escala.
- Un buen manejo de la imagen e identidad de la empresa es un marcador positivo para su desarrollo, se puede lograr un posicionamiento de la empresa mediante la elaboración de un manual de identidad corporativa en el que se plasme la esencia de la empresa su constitución y su importancia en el mercado.

5.2. Recomendaciones

- Después de una exhaustiva investigación del mercado serigráfico en la cabecera cantonal del cantón Tulcán, se puede extender recomendaciones que permitan aprovechar los resultados de la presente investigación.
- Es de vital importancia dar a conocer algunas recomendaciones a quienes interese hacer de este proyecto una realidad, a los serigrafistas y propietarios de talleres de confección quienes ocupan la serigrafía constantemente, establecer metas y direccionar todos los esfuerzos en un solo camino con dirección al éxito empresarial.

- Tomar en consideración que el Gobierno Nacional, está empeñado en incentivar la Matriz Productiva y con mucha más razón cuando la provincia del Carchi fue declarada como Zona Deprimida y como respuesta a esta situación la Banca Estatal está entregando créditos para el desarrollo microempresaria.
- Permanecer atentos y alerta a los cambios que puedan generarse en el entorno interno y externo de la microempresa revisando periódicamente al plan propuesto.
- En el libro de las PYMES Cleri (2007) en su obra menciona: “Una empresa son individuos que unen sus esfuerzos para alcanzar un beneficio económico” (p.33).
- Se recomienda la creación de una microempresa dedicada a las labores de serigrafía en soportes textiles, previo la estructuración de la misma, para que sea una empresa productiva y eficiente con un alto nivel competitivo
- Actualizar constantemente los conocimientos ya que con estos se mantiene al margen de la moda y los avances en técnicas de estampados con la serigrafía, esto dará como resultado el manejo eficiente y oportuno de los recursos generando productos y servicios de calidad disminuyendo costos de producción.
- Eliminar las prácticas empíricas y buscar la profesionalización de los trabajos acordes a la actualidad, crear un ambiente agradable de trabajo e incentivar a los recursos humanos, manteniendo una retroalimentación en los procesos de producción para el mejoramiento continuo de productos y servicios.

- Implementar nuevas técnicas de estampados con maquinarias de última tecnología que pueden servir de enganche a la demanda de servicios en el mercado de la ciudad de Tulcán.
- Crear políticas y medidas efectivas de atención al cliente para lograr retener la fuga de trabajos hacia otras ciudades, de tal manera que permita que los clientes sean leales, entregando valor agregado a sus productos.
- Respuesta a las interrogantes de investigación en base a los resultados obtenidos.
- En la presente investigación, tras un análisis de resultados podemos ya entregar resultados a las interrogantes que se plantearon en este proyecto.
- Para realizar aplicaciones en serigrafía en la ciudad de Tulcán ¿hay una cultura de diseño y tratamiento del mismo que apliquen los artesanos de este sector?
- Efectivamente en la ciudad de Tulcán no existe una cultura de diseño, cuando se trata de la realización de los gráficos o textos para las pantallas de impresión que reflejen algo de complejidad, generalmente acuden a diseñadores para que realicen ese trabajo.
- ¿Los Artesanos de la ciudad de Tulcán involucrados en las labores de serigrafía están debidamente capacitados para afrontar nuevas tecnologías en cuanto al sistema de estampados e impresiones?

- Los artesanos de la ciudad de Tulcán involucrados en las labores de serigrafía cuentan con conocimientos en el campo de estampado, no así obstante sus conocimientos no han sido actualizados acorde a las nuevas tendencias tecnológicas, también es bueno recalcar que cuentan con la predisposición de actualizar sus conocimientos.
- Al Trabajar de manera artesanal ¿los talleres de la ciudad de Tulcán cubren con la demanda existente de estampados en la ciudad?
- El modo de trabajo artesanal ha sido una práctica efectiva desde hace mucho tiempo atrás, pero cuando se trata de reproducir estampados a escala mayor el modo artesanal no es efectivo a diferencia del trabajo tecnológico el mismo que tiene mayor precisión, optimiza recursos y tiempo generando mayor rentabilidad.
- ¿La serigrafía sigue siendo un método efectivo de estampado para prendas textiles?
- En la actualidad existan máquinas de impresión para soportes textiles muy sofisticadas como es el caso del plotter de sublimado, así como es ventaja también hay desventajas como por ejemplo solo funciona en sedas sintéticas, en el caso de la serigrafía fue, es y seguirá siendo un método efectivo para los estampados debido a su versatilidad para ejecutarla sobre cualquier tipo de soporte.
- Los insumos utilizados para la serigrafía ¿hasta qué punto son maliciosos para la salud humana y el medio ambiente?
- Generalmente todo producto químicamente preparado y con un mal manejo se convierte en un riesgo para la salud y el medio ambiente, la

falta de capacitación y adquisición de nuevos conocimientos puede llevar a situaciones comprometedoras, todo producto bajo un correcto uso es beneficioso, esto también implica que los fabricantes están en la obligación de especificar qué tipo de producto va a manipular, su modo de empleo y nivel de toxicidad.

- ¿Es necesario actualizar conocimientos en cuanto a las nuevas técnicas de impresión?
- Toda empresa está en la obligación de moverse acorde a la tecnología, motivo suficiente para que quienes se dediquen a las labores de estampados tengan que estar en constante capacitación, de esta manera sus conocimientos estén en evolución continua
- Los propietarios de talleres de estampados ¿aplican tácticas de marketing en sus negocios?
- Este es un sector donde artesanos tanto como de la serigrafía y confección de textiles no han progresado, los métodos de mercadeo o estrategias para atraer clientes son muy débiles y no cumplen con su objetivo.

CAPÍTULO VI

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA:

Luego de una profunda investigación, ya con datos concretos podemos extender una propuesta, para ello se sugiere el siguiente nombre de la propuesta

“CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA GRAFOTEX, DEDICADA A LAS ACTIVIDADES DE ESTAMPADOS SOBRE SOPORTES TEXTILES EN LA CIUDAD DE TULCÁN”

6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.

La cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán, situada en la provincia del Carchi y según datos de (Prefectura del Carchi, 2013) cuenta con una población de 47.359 habitantes, de los cuales 23.277 son hombres y 24.082 son mujeres, donde sus principales ingresos los percibe del transporte, el comercio y las medianas y pequeñas empresas.

La economía de esta ciudad se ha visto afectada por la depreciación de la moneda colombiana, el Gobierno Nacional tiene planes para la reactivación económica mediante créditos a través de bancos del Estado, con miras a impulsar la microempresa y reactivar la matriz productiva en esta ciudad.

La propuesta que tiene el Gobierno Nacional es muy importante para los pequeños empresarios en especial para quienes se dedican a la

confección, abriendo camino para el desarrollo económico a las actividades que involucra la confección de prendas de vestir

La serigrafía es una de las actividades que está ligada a la confección y se abren las probabilidades de explotar este mercado que ha sido descuidado y su abastecimiento no cubre la demanda generada en esta ciudad, motivo por el cual se apunta a la creación de Grafotex, microempresa dedicada exclusivamente a las actividades de serigrafía en soportes textiles, propone, correcto servicio al cliente, innovación tecnológica y atención personalizada, aportando con formación en el oficio apostando al desarrollo y generando fuentes de empleo para la gente de la ciudad de Tulcán.

Promover y tecnificar los servicios mediante la creación de Grafotex,

6.3. FUNDAMENTACIÓN

Según Cleri, (2007) dice: “La realidad demuestra que para sobrevivir y desarrollare en un contexto cambiante y fuertemente competitivo es preciso reinventar a diario el modo de satisfacer las necesidades ciudadanas. Es esta una incuestionable función social de la empresa.” (p.84)

El mundo globalizado avanza inmensurablemente, la tecnología y los conocimientos son cada vez más adelantados y en un mundo competitivo debemos actuar de manera inteligente.

Cuando se propone la creación de Grafotex, empresa dedicada a elaborar estampados mediante la técnica de serigrafía en soportes textiles, se propone el nacimiento de una empresa que revolucione este

tipo de mercado con servicios competitivos de alta calidad y a bajos costo mediante el uso de las nuevas tecnologías, maquinarias modernas y capacitación constante al talento humano que posea la empresa, promoviendo así fuentes de trabajos y desarrollo del sector.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general del presente es realizar la propuesta para la creación de la microempresa Grafotex en la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi, empresa que funcionara acorde a las necesidades en función a la problemática existente en el sector mencionado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer un modelo de planificación para microempresa, que brinde servicios óptimos y de calidad en la ciudad de Tulcán.
- Sugerir el equipamiento necesario para el desarrollo tecnológico e industrial de la microempresa propuesta
- Realizar una propuesta gráfica y manual de marca para el funcionamiento de la microempresa.

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La empresa estará ubicada en la ciudad de Tulcán provincia del Carchi sector centro de la ciudad calles Imbabura y Arellano.

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Elaborado por: Giovany Taicus

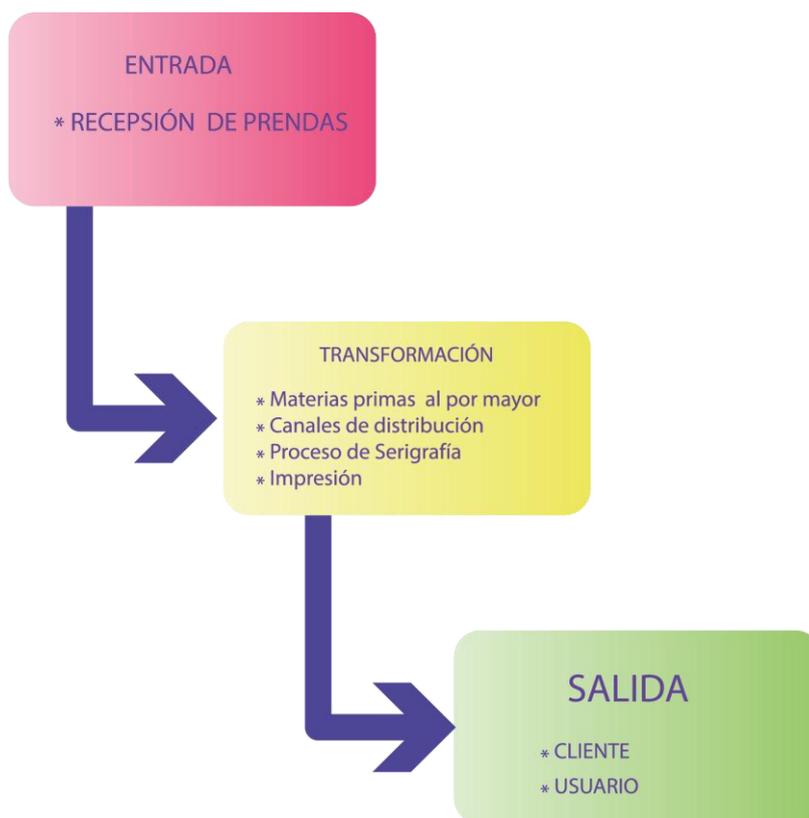
Dirección Julio Andrade -Tulcán calle García Moreno y Pichincha.

E mail: giovast83@gmail.com

6.6.1. CADENA PRODUCTIVA EN LA QUE SE DESARROLLA EL PROYECTO

La propuesta de Grafotex está comprendida dentro del área del Diseño Grafico

GRÁFICO 11: CADENA PRODUCTIVA DEL PROYECTO



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.2 RESUMEN EJECUTIVO

Grafotex, es una propuesta con visión futurista en la que se plantea trabajar en el ámbito del diseño gráfico aplicado a las prendas de vestir, en este caso, mediante la técnica de serigrafía, para que los artesanos de la confección puedan dar valor agregado a sus prendas mediante estampados con diseños únicos y personalizados utilizando conocimientos actualizados, equipamiento y tecnología moderna.

Esta propuesta se plantea realizarla en la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán, puesto que al ser ciudad capital de la provincia es donde se asientan la mayor parte de consumidores de este servicio, de igual manera por ser ciudad capital se convierte en el sitio de concentración donde acuden posibles consumidores del servicio propuesto que habitan en otros cantones y sectores de la provincia.

Para la realización de este proyecto se necesita invertir un capital económico significativo con el que se puede solventar a través de la adquisición de un crédito en una institución financiera estatal, los gastos de creación y funcionamiento de la microempresa serán retribuidos conforme al punto de equilibrio económico planteado en el presente proyecto.

Los resultados económicos según las proyecciones son positivos, para ello se proponen metas que deberán ser cumplidas por quienes están interesados en la ejecución del presente.

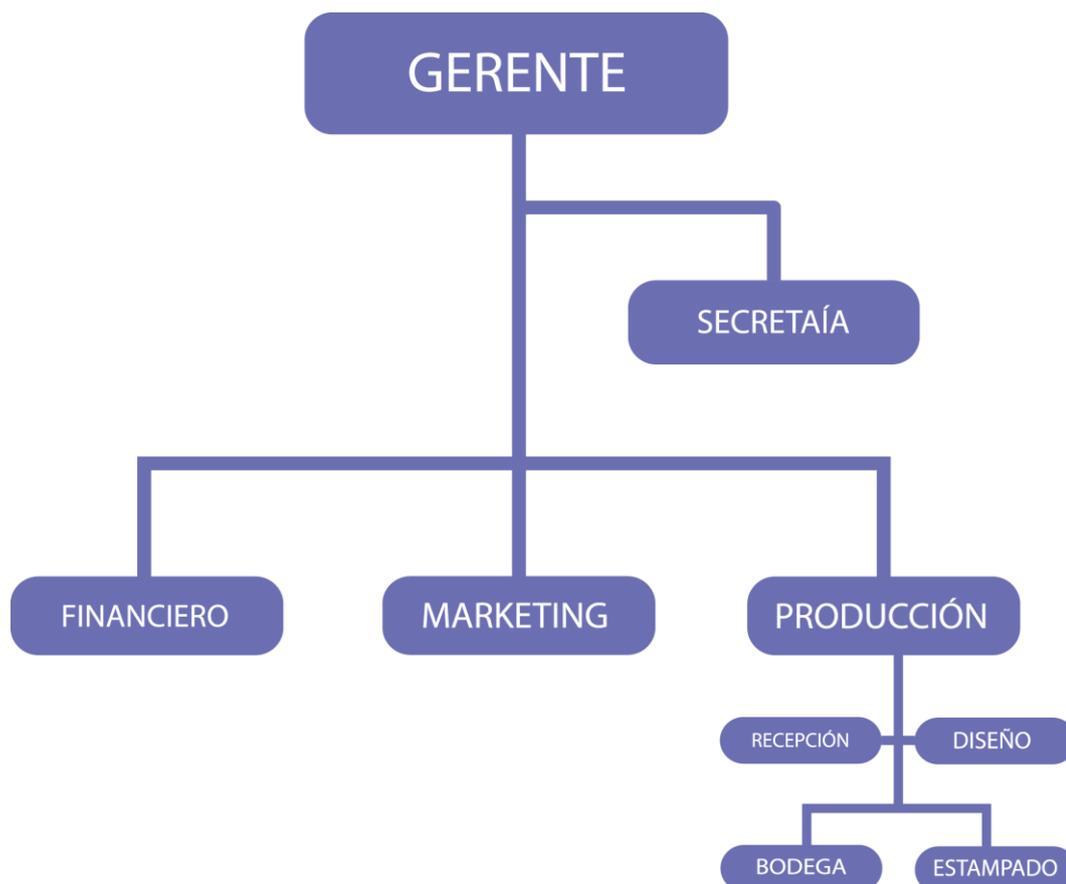
La factibilidad del mismo es excelente porque cuenta con la predisposición para su realización, un mercado que aún no ha sido

explotado en su totalidad y un buen equipo de talento humano dispuesto a trabajar inmensurablemente hasta concretar las metas propuestas.

6.6.3. ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

Se propone la creación de Grafotex una microempresa dedicada a las labores de serigrafía sobre soportes textiles, situada en pleno centro de la ciudad de Tulcán y desde su centro de operaciones pueda ejecutar estrategias viables para atraer al mercado potencial de los estampados sobre textiles.

GRÁFICO 12: ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.4. VISIÓN

Ser la empresa que lidera el mercado en el ramo de los estampados, la misma que mediante la calidad e innovación, ofrezca servicios óptimos a nuestros clientes con altos estándares de calidad y agilidad, precios asequibles y atención personalizada pueda satisfacer las necesidades del mercado.

6.6.5. MISIÓN

Como empresa responsable entregar productos y servicios que, de calidad ligada a proporcionar soluciones eficientes, innovadoras y creativas a nuestros clientes, a través de tecnologías modernas contribuyendo al progreso y bienestar, con personal muy comprometido que busca la excelencia, su desarrollo integral y la construcción de una estrecha relación de valores con nuestros clientes, proveedores y colaboradores

6.6.6. OBJETIVOS

6.6.6.1. OBJETIVO GENERAL

Proveer de servicios prácticos modernos y creativos en estampados de serigrafía a microempresa dedicada a las actividades de la confección en la ciudad de Tulcán.

6.6.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar conocimientos para la implementación de nuevas estrategias, modernos y novedosos diseños en el ámbito de la serigrafía textil.
- Satisfacer la demanda local en cuanto a servicios de serigrafías mediante la implementación de maquinarias modernas
- Promover el desarrollo empresarial industrial y generar fuentes de empleo.

6.6.7. ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO)

Se establece dentro de la ciudad de Tulcán como una nueva empresa, revolucionando el ámbito de los estampados, bajo una cadena de trabajo organizada y equitativa

Para el modelo de negocios nos basamos en el desarrollo del modelo de Canvas:

GRÁFICO 13: MODELO DE NEGOCIOS

SOCIOS CLAVE Estampados mediante la técnica de serigrafía Proveedores de materia prima. Proveedores de Internet. Proveedores de Energía Eléctrica.	ACTIVIDADES CLAVE Diseños personalizados Estampados de buena calidad.	PROPUESTA DE VALOR Atención personalizada. Catalogo de productos . Agilidad en el servicio . Precios bajos.	RELACIÓN CON CLIENTES Trato rápido y eficaz Promociones constantes.	SEGMENTO DE CLIENTES Artesanos dedicados a la confección de prendas de vestir asentados en la cabecera cantonal de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi
	RECURSOS CLAVE Diseñador Gráfico Profesional en revelado de matrices. Estampador profesional. Maquinaria sofisticada. Local donde funcione la microempresa. Capital económico.		CANALES Teléfono. correo electrónico redes sociales publicidad radiofónica Visitas puerta a puerta	
ESTRUCTURA DE COSTES Diseñador gráfico, estampador profesional, energía eléctrica, arriendo de local, internet Pedidos a proveedores de materia prima Gestoría Impuestos			FUENTES DE INGRESOS Pagos en efectivo Cheques certificados Transferencias Bancarias	

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

- Propuesta de Valor:** Con la propuesta de valor se pretende atraer a los clientes ofertándoles servicios diferenciados con atención personalizada, ofrecer un catálogo de productos, agilidad en el servicio y precios relativamente más bajos que los de la competencia.
- Segmento de Clientes:** El segmento de clientes para el presente proyecto apunta a los talleres de confección existentes en la ciudad de Tulcán.

- **Canales:** en esta parte se define los canales por medio de los cuales se captará la atención de los clientes, para este fin se utilizará teléfonos, correos electrónicos, redes sociales, publicidad radiofónica, y visitas puerta a puerta.
- **Relación con los Clientes:** Para atraer la atención, mantener y captar clientes se brindará un servicio diferenciado, atención rápida, eficaz y el lanzamiento constante de promociones.
- **Fuente de Ingresos:** mediante este proceso podemos sugerir los sistemas de pagos por concepto de venta de servicios de serigrafías los cuales serán pagos en efectivo, cheques certificados y transferencias bancarias.
- **Recursos Clave:** En los recursos clave la empresa cuenta con capital económico para empezar a producir, maquinaria sofisticada, un local donde pueden llegar los clientes, maquinaria moderna y sofisticada, un estampado y un diseñador.
- **Actividades clave:** En las actividades clave podemos describir a las actividades que se dedica la empresa y estas son las que permitirán los ingresos, en el caso de Grafotex, las actividades principales son los estampados mediante la técnica de serigrafía, diseños personalizados y asesoramiento en el ramo.
- **Socios Clave:** La empresa necesita rodearse de socios estratégicos para que la labor de estampados en serigrafías sea la mejor, para ello cuenta con una estrecha relación con los

proveedores de materia prima, proveedores de servicios básicos y profesionales con conocimientos de los procesos de serigrafía.

- **Estructura de Costes:** En esta parte tomamos en cuenta todos los posibles gastos de la empresa Grafotex, diseñador gráfico, estampador, pedidos a proveedores, servicios básicos, gestión e impuestos.

6.6.8. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA

La propuesta para la creación de Grafotex tiene la finalidad de aportar al desarrollo de nuevas técnicas, métodos y diseños de estampados convirtiéndose en la empresa pionera en la ciudad y la provincia.

6.6.9. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR Y SU EQUIPO DIRECTIVO

Una de las metas principales de la empresa es la de trabajar con los clientes mejorando así su desempeño y sus condiciones de desarrollo.

El equipo de trabajo con el que cuenta la empresa Grafotex, es un equipo de profesionales jóvenes y talentosos capaces de asumir los nuevos retos y desafíos en el campo empresarial.

Este equipo está conformado por un gerente, un diseñador, un estampador y un bodeguero.

6.6.10. EQUIPO, FORMACIÓN Y EXPERIENCIA

La empresa se forma mediante la adquisición de un crédito en BanEcuador

Se cuenta con un equipo de personas con la capacidad suficiente en las áreas de diseño, publicidad, estampados y ventas.

6.6.11. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Los estampados mediante la técnica de serigrafía en la ciudad de Tulcán no son mayormente competitivos, es por eso que la propuesta de Grafotex es brindar servicios de calidad con asesoramiento y altos estándares para dar valor agregado a los productos que la empresa elabore.

Para ello necesita realizar alianzas con proveedores de materias primas e insumos que se necesitan en la empresa.

Tabla 11: Proveedores de servicios y productos

EMPRESA PROVEEDORA		SERVICIO / PRODUCTO
1	CNT	INTERNEN
2	EMELNORTE	ENERGÍA ELÉCTRICA
3	EL ÍDOLO RESTAURANTE	ALIMENTACIÓN
4	SCREEN	TINTAS, PIGMENTOS, EMULSIONES, MALLAS, DILUYENTES,
5	MOVITECH	MANTENIMIENTO INFORMÁTICO
5	TECBLAN	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA
6	RADIO PLANETA	PUBLICIDAD RADIAL

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.12. PERMISOS Y LICENCIAS EXIGIDOS POR LAS ENTIDADES REGULADORAS Y CONTROL DE MERCADOS

Los permisos necesarios para el funcionamiento de Grafotex son los siguientes:

- Patente para registrar la empresa, en el municipio de Tulcán
- Permisos de funcionamiento de los bomberos de Tulcán
- RUC.
- Contratos de arrendamiento.

6.6.13. ANÁLISIS FODA

Mediante este análisis se puede determinar con certeza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen dentro y fuera de la microempresa, mediante el análisis FODA podremos determinar un cuadro de la situación de la empresa, al mismo tiempo nos permite diagnosticar de manera exacta de la situación para en función a ello podamos tomar decisiones acertadas en bien de la empresa.

6.6.13.1. FORTALEZAS

Aquí analizaremos los puntos fuertes con las que cuenta la empresa, los que le permiten tener a la empresa en una posición privilegiada frente a la competencia.

Ofrecer productos de calidad e innovadores

Es conocedora de las nuevas tecnologías en cuanto al ramo

Personal joven dispuesto a trabajar con entusiasmo.

Cuenta con identidad corporativa

Maneja la comunicación de manera adecuada

Ubicación estratégica para la distribución del producto

6.6.13.2. OPORTUNIDADES

Las oportunidades son resultados positivos, favorables, explotables que se descubren en el entorno en el que se desarrolla la empresa y permite tener ventajas competitivas

6.6.13.3. DEBILIDADES

Las debilidades, aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

Empresa nueva en el mercado.

No posee una cartera de clientes

No poseer capital propio

6.6.13.4. AMENAZAS

- La diferencia cambiaria con relaciona a la moneda colombiana.
- Poca credibilidad como empresa nueva
- Incumplir con los clientes debido problemas internos con proveedores de materia prima
- La demanda no sea la esperada

- Elevación de costos de arriendo de local.

6.6.13.5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN BASE AL ANÁLISIS FODA

Una vez conocida cuales son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, tenemos un panorama claro de que es lo que debemos hacer, crear estrategias fortalecer las debilidades y estar atento a las posibles amenazas que pueda afectar a la empresa

También se puede potencializar las cualidades positivas que tiene la empresa para obtener mejores resultados.

Hacer uso de los diferentes canales de comunicación para dar a conocer los servicios innovadores de Grafotex de esta manera posicionarse en la mente del consumidor.

Al no poseer una cartera de clientes, es primordial buscar alianzas y convenios con talleres de confección asentados en la cabecera cantonal.

6.6.14. LEGAL JURÍDICO Y FISCAL

Grafotex es una empresa que ejecutara diferentes contratos como:

El contrato de tiempo fijo, como proveedores de estampados en prendas textiles a los diferentes talleres de confección situados en la ciudad de Tulcán, el tiempo mínimo de duración de un contrato será de un año.

Se realizará el trámite pertinente con el IEPI para registrar y patentar la marca Grafotex y los diseños que se realice, dando paso para que Grafotex sea las marcas registradas y por consiguiente ayudará a establecerse como una microempresa valorada e innovadora en el mercado.

6.6.15. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA Y LAS PARTES CONSTITUYENTES

Grafotex es una microempresa que bajos los parámetros establecidos en las leyes ecuatorianas se constituirá legalmente obteniendo así todos los permisos de rigor para su funcionamiento.

En las políticas internas Grafotex normara y reglamentara su forma de operar, formando equipos de trabajo y delegando responsabilidades tanto en las áreas administrativas, de diseño y estampado.

6.6.16. ASPECTOS LEGALES (FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA, FORMA JURÍDICA DE TRABAJO CON ALIANZAS)

Grafotex es una Microempresas de sociedad colectiva, el modelo de trabajos es enfocado a los servicios de estampado, los equipos y maquinarias que se emplean son esenciales y los asuntos que tengan que ver con la empresa puedes atendidos personalmente por el gerente de la empresa.

6.6.17. EQUIPO DIRECTIVO

Gerente propietario, diseñadores, publicistas, estampadores y personal con conocimiento en el campo de la serigrafía.

Se firmará contratos a tiempo fijo y se realizará el trámite respectivo de legalizarlo después de cumplir 300 horas de prueba.

6.6.18. PATENTES, MARCAS Y OTROS TIPOS DE REGISTROS (PROTECCIÓN LEGAL)

Previo el cumplimiento de todos los requisitos en el IEPI se patentará la marca Grafotex y todos sus derivados con la finalidad de no ser víctimas de la piratería.

6.6.19. MERCADO

6.6.19.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Previo una investigación básica de mercado se comprueba la posible rentabilidad y los beneficios que la creación de la empresa estampados en soportes textiles mediante la técnica de serigrafía.

El estudio se basó en la entrevista a propietarios de talleres de serigrafías y profesionales en la rama de la confección quienes requieren de los servicios de estampados en la Ciudad de Tulcán, los resultados que arrojo esta investigación nos dan a conocer la insatisfacción en el mercado relacionado con la serigrafía, la metodología empírica y poco industrializada que se emplea en este campo.

6.6.19.2. ENTREVISTA A ARTESANOS DE LA CONFECCIÓN

El siguiente es un extracto se obtuvo de la entrevista a integrantes de la Asociación de Economía y Solidaria los Pastos.

Persona Entrevistada Sra. Luisa Llorente

Asociación de “Economía Popular y Solidaria los Pastos” es una asociación que está radicada en la ciudad de Tulcán, en las Calles Manabí y Paraguay, en la actualidad la integran doce artesanos de la confección los mismos que laboran dentro de la asociación y también tienen sus talleres de forma individual.

El objetivo principal de esta asociación es buscar el bien común para sus socios a través de la confección de todo tipo de prendas de vestir las mismas que son adquiridas generalmente por su mayor cliente que es el Estado, también tienen como clientes a entidades públicas y privadas.

Cuando hablamos de materias primas para la confección, aparte de la gran variedad de materiales y procesos que utilizan los mismos resalta la utilización de la serigrafía, este servicio es empleado generalmente cuando sus pedidos son mayores a 60 prendas.

La oferta que existe en Tulcán en cuanto al servicio de serigrafía, generalmente los artesanos manifiestan que el servicio lo deben buscar afuera de la ciudad, ya sea por precio, calidad y agilidad en el trabajo, manifiestan que el servicio de serigrafía en la ciudad tiene costos elevados lo cual obliga a buscar nuevos proveedores que brinden precios más económicos ya que de esto depende el nivel de rentabilidad en sus prendas.

Generalmente acuden a ciudades como Ambato, Otavalo e Ibarra, es ahí donde encuentran servicios de calidad y a precios cómodos, claro está que aun teniendo que incluir gastos de movilización a otras ciudades los costos siguen siendo relativamente más bajos que la ciudad de Tulcán.

En temporadas altas este servicio lo adquieren en grandes cantidades.

En cuanto se habla de la creación de una microempresa dedicada la labor de estampados, esta, suena halagadora para quienes se dedican a la confección, esto se convierte en un motivo para impulsar el desarrollo de este proyecto, el cual presenta grandes ventajas al ser una microempresa nueva con ideas actualizadas e innovadoras con visión futurista y en base a mayor producción menor costo se puede satisfacer esta necesidad evitando a los artesanos de la confección salgan a otras ciudades en busca de este servicio.

Extracto de la entrevista a los propietarios de talleres de serigrafía Prin Line y Artevision.

En esta entrevista ambos artesanos concuerdan que la serigrafía es la madre de todos los estampados, esta técnica, se sigue utilizando hasta la actualidad, pero también admiten que la tecnología y los nuevos métodos de estampados van avanzando y se están quedando rezagados de la misma llegando a pensar seriamente en la actualización de conocimientos.

Cada uno de ellos cuenta con su cartera de clientes definidos que van de 10 a 12 talleres los mismos que acuden semanalmente a realizar estampados en las prendas que ellos confeccionan.

Al momento de hablar de estampados también aseguran que hay métodos modernos que de cierto modo van adquiriendo mayor demanda, ejemplo de ello es el método del sublimados que brinda mayor rapidez al momento de estampar, al ser ventajas también tiene sus desventajas ya que esta técnica solo puede ser impresa en telas sintéticas, mientras que la serigrafía es una técnica idónea por su versatilidad y adaptación para poder imprimir en cualquier superficie que no necesariamente tiene que ser tela caso que no ocurre con el sublimado

Su cartera de clientes es definida pero variable, no manejan un número fijo de estampados, esto se debe las temporadas como entrada de clases, época de campeonatos deportivos, y época de festividades.

También la demanda personalizada de estampados está de moda, generalmente los jóvenes buscan personalizar sus modelos y por estos trabajos pagan precios accesibles.

En el negocio de la serigrafía los precios son relativos, a mayor cantidad menor precio, entre las fuentes de ingresos también consta los trabajos de rebelado de matrices, existe una gran cantidad de clientes que adquieren estos servicios.

En síntesis, podemos afirmar que quienes se dedican a las labores de serigrafía en la ciudad de Tulcán, están atrasados en cuanto a conocimientos y equipamientos, básicamente siguen siendo talleres artesanales que tienen su demanda, pero no cubren con las expectativas existentes en la ciudad de Tulcán.

6.6.19.3. EVIDENCIA DE MERCADO

Es de conocimiento general las prácticas empíricas en cuanto a la serigrafía que se vienen realizando en la ciudad de Tulcán, la falta de innovación en los diseños para los estampados y el descuido en la actualización de conocimientos de quienes se dedican a este trabajo.

Por otra parte, la poca credibilidad en el mercado de los estampados por parte de los consumidores principales, en este caso los confeccionistas quienes buscan estos servicios en otras ciudades.

El Éxito de Grafotex radica en el servicio diferenciado, la constante actualización de conocimientos y la maquinaria actual con la que cuenta.

6.6.19.4. BINOMIO PRODUCTO-MERCADO

Los productos de Grafotex están dirigidos a empresas dedicadas a la confección y a personas quienes desean tener prendas de vestir con estampados personalizados.

La estrategia a emplearse es la siguiente:

Detectar posibles nichos de mercados para los productos que Oferta Grafotex con la finalidad llegar a empresas que estén ligadas con la confección y tengan la necesidad de dar un valor agregado a sus prendas mediante estampados de calidad innovadores y creativos.

6.6.19.5. SEGMENTACIÓN

El tipo de estampado que se ofrece, va dirigido en especial para quienes confeccionan prendas de vestir que necesiten de un estampado, camisetas, uniformes deportivos y más.

6.6.19.6. PERFIL DEMOGRÁFICO

EDAD: De 20 años en adelante

SEXO: Masculino y Femenino

NACIONALIDAD: ecuatorianos y colombianos

PERFIL SOCIOECONÓMICO

OCUPACIÓN: Todo tipo de negocios y empresas

6.6.19.7. PERFIL POR PERSONALIDAD

Personas que acepten los cambios y tengan la predisposición de trabajar en ambientes de trabajos nuevos.

6.6.20. TAMAÑO ACTUAL Y PROYECTADO

El mercado en tamaño es reducido pero sustanciosa razón por la cual Grafotex tiene que ofertar servicios de calidad e innovadores.

Tamaño actual: la empresa en el momento actual tiene su base en la parroquia Julio Andrade perteneciente al Cantón Tulcán

Tamaño proyectado: cabecera cantonal de la Ciudad de Tulcán- Provincia del Carchi.

6.6.21. FACTORES DE RIESGO

Posibles Factores que ponen en riesgo al proyecto:

Apreciación del dólar, poca credibilidad y escasos recursos económicos.

6.6.22. INGRESOS EN BASE AL ANÁLISIS DEMERCADO

Los ingresos han sido calculados de acuerdo a la oferta de dos talleres dedicados a las labores de la serigrafía.

6.6.23. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Directas: Existen dos talleres que se dedican exclusivamente a los estampados mediante la técnica de serigrafía, estos talleres realizan sus trabajos de manera artesanal, no poseen maquinaria adecuada para la realización de este trabajo.

Indirectas: Existen empresa que representan un nivel de competitividad para la empresa:

SANDRI SPORT

SOFOS

MONSERRAT SPORT

Estos talleres generalmente se dedican a estampar, pero no producen las matrices, acuden a otros talleres para conseguir los diseños y el revelado de matrices.

6.6.24. COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA

Tabla 12: Comparación de la competencia.

Grafotex	Competencia	Análisis de la competitividad
creatividad	tradicionalismo	la competencia esta quedada con prácticas ambiguas
Diseñadores experimentados	Practicas empíricas	La competencia no actualiza conocimientos
No tenemos precios fijos	Precios fijos	Podemos variar los precios de acuerdo a la demanda
Nuevos diseños y	No innovan sus	Brindamos un valor

estampados	diseños	agregado a nuestros productos
------------	---------	-------------------------------

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.25. VENTAJAS COMPETITIVAS

La empresa cuenta con varias ventajas competitivas, podemos mencionar las siguientes:

- Versatilidad en los precios
- Atención eficaz y personalizada
- Conocimientos actualizados sobre nuevas tendencias en serigrafía
- Equipos que permitan trabajos profesionales y acabados de calidad en menor tiempo.

6.6.27. BARRERAS DE ENTRADA

Como empresa nueva en este sector el reto es considerable pero posible.

El primer reto que tiene la empresa es romper los estereotipos que consideran que en Tulcán no hay trabajos de serigrafía profesionales y de calidad

6.6.28. PRECIO

Los precios están basados en función a la materia prima y reduciendo un porcentaje en el margen de utilidad.

6.6.28.1. VARIABLES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Dependerá de los costos de materias primas, mano de obra y servicios básicos.

6.6.28.2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Esta radica en función a la cantidad, al tipo de estampado, tamaño y colores solicitados.

6.6.29. DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN

La distribución se realizará desde el centro de operaciones de Grafotex ubicado en la ciudad de Tulcán calles Imbabura y Arellano – Provincia del Carchi.

6.6.30. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Para posicionar el nombre de la empresa planteamos es la siguiente estrategia:

- Elaborar un manual de identidad corporativa en el cual plasmemos la imagen que identificara a la empresa, quienes somos, que hacemos y hacia dónde vamos.
- Promoción a través de redes sociales
- Publicidad Radial
- Visita de nuestros vendedores a posibles clientes.

6.6.31. CLIENTES CLAVES

Nuestros clientes claves son los diferentes talleres de confección que existen en la ciudad de Tulcán, de un universo de 60 talleres aspiramos captar el 50% de ese mercado.

6.6.32. ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

Sabemos que una atención personalizada, conocimientos actualizados, precios más convenientes que la competencia no es suficiente para atraer a los clientes, entonces es cuando planeamos estrategias para captar clientes:

- Cupones de descuentos por servicios adquiridos es una excelente estrategia porque el cliente a partes de beneficiarse de todos los modernos servicios que ofrece la empresa puede participar esta promoción que aparte de obtener el beneficio del descuento puede entretenerse coleccionando los cupones.

6.6.33. OPERACIONES

6.6.33.1. PRODUCTO

Básicamente la empresa ofrece estampados mediante la técnica de serigrafía en soportes textiles, nuestros estampados son novedosos e innovadores.

6.6.33.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- ✓ Estampados con diseños novedosos y creativos
- ✓ Tamaños de acuerdo a la sugerencia del cliente
- ✓ Tintas y colores de acorde a los diseños
- ✓ Productos controlados bajo un estricto control de calidad.

6.6.33.3. DISEÑO DEL PRODUCTO

El diseñador de la empresa es el encargado de asesorar al cliente con respecto a los diseños que deberían ir en sus prendas.

6.6.34. PROCESO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Para la realización de los estampados previamente se realizará una investigación a que segmento de edad va a utilizar la prenda, quien va a utilizar la prenda y de qué tipo de material está elaborada para en base a eso aplicar el proceso de estampado.

6.6.35. TECNOLOGÍA Y MATERIALES NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

Para la producción de estampados en serie es necesario utilizar instrumentos y equipos acorde a la actualidad.

Tabla 13: materiales necesarios para la producción

1.	Computadora
2.	Impresora
3.	Mesa lineal de estampación para textil base agua de 16 estaciones
4.	Pulpo de estampación para base plastisol de 8 estaciones
5.	Bastidores básicos 50 x 60
6.	mall 120
7.	mall 65
8.	mall 43 multifilamento algodón poliéster
9.	caucho para plastisol
10.	caucho para base agua
11.	base textil (pasta madre)
12.	base plastisol ecológica
13.	plastisol pigmentos

14.	base textil pigmentos
15.	blanco textil base agua
16.	blanco plastisol ecológico

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.36. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

El cronograma de producción consta desde el ingreso de la prenda a estampar, la realización del diseño, el revelado de la matriz, el estampado, un riguroso y estricto control de calidad para finalmente entregar al cliente y este lo pueda distribuir al consumidor final.

GRÁFICO 14: CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN



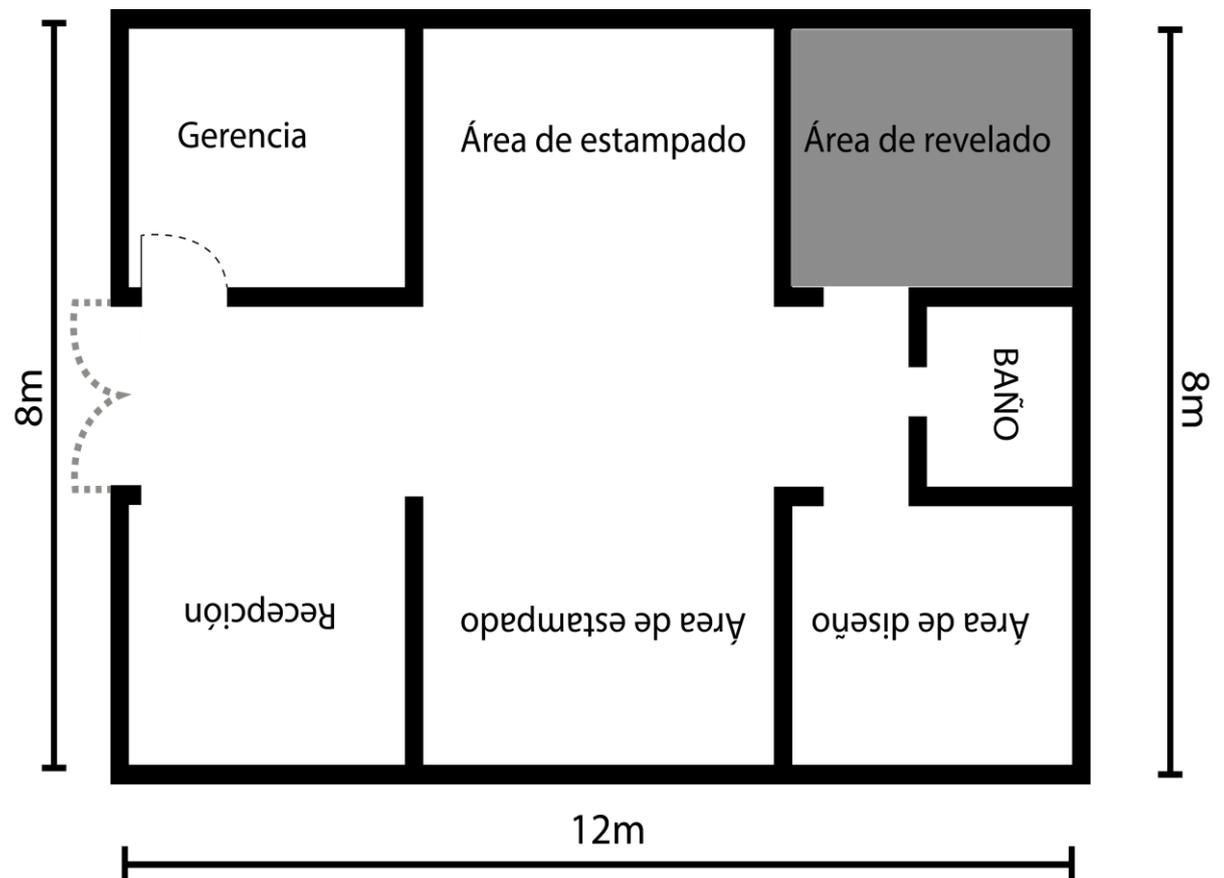
Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.37. INFRAESTRUCTURA.

La empresa debe contar con un área espaciosa para el desenvolvimiento normal de las actividades que realiza a diario.

GRÁFICO 15: INFRAESTRUCTURA



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.38. REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA

Para el normal desenvolvimiento de la empresa se empezará a trabajar con dos personas un diseñador y un estampador, conforme se vayan desarrollando las actividades se puede sumar más personas previo un cálculo en base a la producción

6.6.39. INSUMOS REQUERIDOS PARA LA PRODUCCIÓN

Tabla 14: Insumos y material para la producción

MATERIAL / EQUIPO		PRECIO
1.	1 Mesa lineal de estampación para textil base agua de 16 estaciones	640.00
2.	Pulpo de estampación para base plastisol de 8 estaciones	2600.00
3.	50 Bastidores básicos 50 x 60	325.00
4.	10m malla 120	540.00
5.	10m malla 65	280.00
6.	10m malla 43 multifilamento algodón poliéster	105.00
7.	240cm caucho para plastisol	240.00
8.	200cm caucho para base agua	240.00
9.	60kg base textil (pasta madre)	291.00
10.	60kg base plastisol ecológica	1050.00
11.	10kg plastisol pigmentos	750.00
12.	10kg base textil pigmentos	650.00
13.	20kg blanco textil base agua	2010.00
14.	20kg blanco plastisol ecológico	420.00
TOTAL		8.341.00

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.40. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y NORMAS DE CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.

6.6.40.1. Seguridad Industrial:

Señalética adecuada dentro de las instalaciones

Números de emergencia en un sitio visible

Usar vestimenta adecuada para el trabajo

Uso de mascarilla y gafas al momento manipular insumos químicos de riesgo

Manipulación de insumos con responsabilidad

Manejo responsable de las herramientas de trabajo

Mantener despejadas las áreas de evacuación en caso de emergencia

En caso de intoxicación o heridas causadas en el trabajo acudir a los servicios de emergencia.

6.6.40.2. Normas de cuidado del medio ambiente.

Limpieza diaria del área de trabajo

Reciclaje de material desecho

Reciclaje de insumos químicos nocivos para el medio ambiente

Manejo responsable del líquido vital

Guardar en un tacho las telas utilizados para la limpieza

6.6.41. FINANCIERO

6.6.41.1. SISTEMA DE COBROS Y PAGOS

La empresa adopta políticas de pagos a proveedores y sistema de cobranza a clientes.

6.6.41.2. SISTEMA DE COBROS

El sistema que aplicaremos será el siguiente:

Cobro en efectivo.

Por transferencia bancaria.

Cheques bancarios

6.6.42.3. SISTEMA DE PAGOS

Los pagos siempre se realizaran al final del trabajo

Previo a la firma de un contrato, nuestra empresa cobrara los haberes del servicio prestados luego de entregar el producto. El proceso es: Pedido-Venta –Facturación – Pago-Entrega.

El pago a proveedores y pedidos de materias primas se realizará los días miércoles de cada semana.

6.6.43. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

6.6.43.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos han sido calculados en dos servicios; Diseño Gráfico, estampado y asesoría en estampado sobre soportes textiles. La distribución del ingreso se ha estimado en función de una participación para el servicio de diseño y estampado en un 70% y servicios asesoría de estampados sobre textiles en un 30%.

La población universo en la que se basa el proyecto es de 60 artesanos según datos recolectados por el investigador.

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta a los sesenta artesanos de la confección que sería la población universo para este proyecto, al ser una población universo no es necesario del cálculo de la fórmula.

6.6.43.2. INGRESOS PROYECTADOS

Tabla 15: Ingresos proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 color	\$21.000,00	\$ 22.713,60	\$ 24.530,69	\$ 26.456,80	\$ 28.497,75
Volumen Proyectado (Unidades)	\$84.000,00	\$ 87.360,00	\$ 90.854,40	\$ 94.488,58	\$ 98.268,12
Precio proyectado (Dolares)	\$ 0,25	\$ 0,26	\$ 0,27	\$ 0,28	\$ 0,29
2 colores	\$20.160,00	\$ 21.715,20	\$ 23.362,56	\$ 25.106,96	\$ 26.953,54
Volumen Proyectado (Unidades)	\$72.000,00	\$ 74.880,00	\$ 77.875,20	\$ 80.990,21	\$ 84.229,82
Precio proyectado (Dolares)	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,32
3 colores	\$16.128,00	\$ 17.297,28	\$ 18.534,30	\$ 19.842,60	\$ 21.225,91
Volumen Proyectado (Unidades)	\$50.400,00	\$ 52.416,00	\$ 54.512,64	\$ 56.693,15	\$ 58.960,87
Precio proyectado (Dolares)	\$ 0,32	\$ 0,33	\$ 0,34	\$ 0,35	\$ 0,36
4 colores	\$ 6.912,00	\$ 7.388,16	\$ 7.891,35	\$ 8.422,98	\$ 8.984,51
Volumen Proyectado (Unidades)	\$19.200,00	\$ 19.968,00	\$ 20.766,72	\$ 21.597,39	\$ 22.461,28
Precio proyectado (Dolares)	\$ 0,36	\$ 0,37	\$ 0,38	\$ 0,39	\$ 0,40
5 colores	\$ 3.940,92	\$ 4.198,52	\$ 4.470,43	\$ 4.757,36	\$ 5.060,11
Volumen Proyectado (Unidades)	\$ 9.612,00	\$ 9.996,48	\$ 10.396,34	\$ 10.812,19	\$ 11.244,68
Precio proyectado (Dolares)	\$ 0,41	\$ 0,42	\$ 0,43	\$ 0,44	\$ 0,45
Total de ingresos proyectados	\$68.140,92	\$ 73.312,76	\$ 78.789,33	\$ 84.586,71	\$ 90.721,83

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

La empresa proyecta sus ventas sobre una producción 235.212 estampados en su primer año, con un crecimiento de producción del 4%. La empresa al finalizar el primer año tendrá un total de ingresos de \$ 68 140,92 dólares y para el último año de un plazo de 5 años finalizara con ingresos de \$ 90 721,83 dólares.

6.6.44. PRESUPUESTO DE COSTOS

6.6.44.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se dividen en mano de obra, materias primas o gastos de fabricación. Los costos de producción en el primer año de esta empresa son \$ 26.039 dólares.

Tabla 16: Costos de producción

Costos de producción	año 1
Mano de obra	\$ 8.748,00
Materiales	\$ 8.491,00
Equipos	\$ 8.800,00
TOTAL	\$ 26.039,00

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.45. GASTOS DE OPERACIÓN

Los gastos de operación se refieren a los egresos correspondientes a las actividades administrativas de la empresa, en este grupo de gastos están rubros como, por ejemplo:

Arriendo

Luz eléctrica

Agua potable

Permisos de funcionamiento anuales

Publicidad

Internet

Comunicaciones telefónicas.

Tabla 17: Gastos operacionales.

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Arriendo	\$150,00	\$1.800,00
Luz Eléctrica	\$60,00	\$720,00
Agua Potable	\$20,00	\$240,00
Permisos Anuales		\$350,00
Publicidad	\$150,00	\$1.800,00
Internet	\$28,00	\$336,00
Teléfono	\$20,00	\$240,00
Total	\$428,00	\$5.486,00

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.46. COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS DE OPERACIÓN

Tabla 18: Tabla de producción y gastos de operación

Costos de producción	\$ 26.039,00
Gastos de operación	\$ 5.486,00
Total	\$ 31.525,00

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

En total los costos y gastos de operación suman un total de \$ 31.525,00 dólares, estos gastos deben ser cubiertos con los ingresos generados por las actividades empresariales.

6.6.47. INVERSIONES

El inicio del proyecto requiere de varias inversiones para empezar sus actividades, cabe resaltar que al ser inversiones en equipos y muebles solo se realizara una vez, a continuación, se detallan los rubros necesarios.

Tabla 19: Inversiones.

Equipos	Costo
Materiales de oficina, escritorio, ordenador archivadores	\$ 1.000,00
Implementos de seguridad contra incendios y seguridad industrial	\$ 800,00
2 Computadores última generación	\$ 7.000,00
Total	\$ 8.800,00

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

El proyecto necesita una inversión de \$ 8.800 dólares para adquirir los equipos necesarios para poder empezar a desarrollar sus actividades comerciales.

6.6.48. EVALUACIÓN

6.6.48.1. ESTADO FINANCIERO

Tabla 20: Estado financiero

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS/VENTAS	\$68.140,92	\$73.312,76	\$78.789,33	\$84.586,71	\$90.721,83
(-) Costos de producción	\$26.039,00	\$27.080,56	\$28.163,78	\$29.290,33	\$30.461,95
(=) Utilidad Bruta	\$42.101,92	\$46.232,20	\$50.625,54	\$55.296,38	\$60.259,88

Gastos de operación	\$5.486,00	\$5.705,44	\$5.933,66	\$6.171,00	\$6.417,84
Utilidad operativa	\$36.615,92	\$40.526,76	\$44.691,89	\$49.125,38	\$53.842,04
Inversiones	\$8.800,00				
Utilidad Neta	\$27.815,92	\$40.526,76	\$44.691,89	\$49.125,38	\$53.842,04

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.6.49. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 20: Punto de equilibrio.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 68.140,92	\$ 187.162,81	\$ 199.689,28	\$ 212.918,40	\$ 226.886,35
Costos Fijos	\$ 26.039,0	\$ 27.080,6	\$ 28.163,8	\$ 29.290,3	\$ 30.461,9
Costos Variables	\$ 5.486,0	\$ 5.705,4	\$ 5.933,7	\$ 6.171,0	\$ 6.417,8
Punto de Equilibrio en valor (\$)	\$ 28.318,9	\$ 27.932,0	\$ 29.026,3	\$ 30.164,6	\$ 31.348,7

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

El cuadro anterior muestra que la empresa tiene que cubrir anualmente \$26 039 dólares en costos fijos y la proporción entre los costos variables y las ventas es 8 % ($\$5\,486,0 / \$68\,140,92$), así cuando tiene ventas de \$28 318,90 anualmente puede cubrir los costos fijos de \$26 039 más los costos variables de \$ 2265,5(8% de 28 318,90).

En el primer año de creación la empresa tendrá un margen de utilidad de 28.318.90 dólares y en una proyección de cinco años esta cifra se era de 31348.70 dólares.

6.7. POSIBLES IMPACTOS QUE PUEDE CAUSAR EL PROYECTO.

Impacto económico: con la creación de esta microempresa se puede generar ingresos económicos para quienes se vean inmersos en ella generando una mejor calidad de vida.

Impacto Social: mediante la creación de la microempresa se generarían fuentes de trabajo directo e indirecto que aportarían al desarrollo socioeconómico de quienes estén involucrados en este sector.

Impacto Ambiental: las buenas prácticas laborales conllevan a una cultura medioambiental sana, ejecutando prácticas de seguridad en el trabajo, brindo instrucciones para el personal nuevo, ejecutando programas de continuo reciclaje en cuanto a materias desechas y brindando información con respecto a la eliminación de la contaminación y la importancia que esta tiene para el medioambiente.

Impacto Cultural: tecnificar la serigrafía que es una técnica milenaria sin olvidar su esencia la misma que expresa pensamientos de arte y cultura de quienes ejecutan esta labor.



**MANUAL
DE IDENTIDAD
CORPORATIVA**

6.8. Manual de identidad Corporativa

6.8.1. INTRODUCCIÓN

El presente documento es un instrumento de guía detallada de la marca Grafotex, en el presente se concentra en la edificación, la imagen y la marca a proyectar, los colores, la tipografía a emplear, las versiones y adaptaciones, y sobre todo principalmente los soportes y sus aplicaciones, es aquí donde se norma las reglas de su estricto uso obligatorio.

La creación de este manual es una pauta de las normativas que en éste de especifican y tienen como objetivo el uso adecuado de la marca.

El manual estipula distintos puntos que son prioridad, como, colores corporativos, estructura, tamaños de uso entre otras.

Si se toma en cuenta y se usa de manera correcta el manual, se garantiza una estructura unificada en cada una de las aplicaciones a las que sea sometida la marca.

El presente manual tiene como función estandarizar los diseños y servir de guía a los diseñadores, publicistas, audiovisualistas y demás profesionales que trabajen directamente con los elementos visuales de la imagen de Grafotex.

Lo que no haya sido mencionado en este documento se resolverá en la Dirección General de Extensión y Comunicaciones.

RESPONSABLE

Giovany Taicus

www.grafotexseritextil.com

6.8.2. ÍNDICE

- 01 Justificación
- 02 Composición
- 03 Tipografía
- 04 Estructura
- 05 Cromática
- 06 Tamaño
- 07 Modalidades de uso
- 08 Relación Figura Fondo
- 09 Restricciones
- 10 Aplicaciones
- 12 Hojas Membretadas
- 13 Uniformes
- 14 Camisetas

6.8.3. JUSTIFICACIÓN

Grafotex. - Es la marca creada para una microempresa que busca ser pionera en el mundo de la serigrafía sobre soportes textiles. Esta será la presentación principal en todo lo que produzca, por lo que está constituida de una manera estilizada, fácil de recordar con colores de acuerdo a la psicología del color y lo que quiere representar la microempresa para lograr un posicionamiento en el mercado.

La marca Grafotex es la representación gráfica de la empresa por lo que es de suma importancia respetar todas las normas que se estipulan en este manual para el uso correcto de dicha marca.

Gráfico 16: La marca Grafotex



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.5. COMPOSICIÓN

La Marca está compuesta del Logo en dos partes que son:

Grafo: como representación simbólica de los elementos constituidos de un sistema o conjunto, mediante esquemas gráficos como los innumerables elementos, imágenes, vectores, etc. que se pueden usar para un estampado.

Tex: Para hacer referencia al tipo de soporte que se va a utilizar para la impresión en este caso todo tipo de textiles.

Formando de esta manera Grafotex.

Gráfico 16: Composición de la marca Grafotex.



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

Al final del logo estará el Iso como una manera de enfatizar el logo con la equis aumentada como anomalía la misma que está en gradiente CMYK en su orden que es lo que se utiliza para una impresión full color.

Como complemento del Imagotipo y para dar a conocer lo que realmente se realiza en esta microempresa está a manera de subtítulo.

SERIGRAFÍA TEXTIL

6.8.6. TIPOGRAFÍA

Para la utilización del Logo en lo que se refiere a la marca Grafotex se utilizará la Familia tipográfica Brush Strokes.

Esta fuente se adapta perfectamente a lo que se forma después de deslizar el rakel en la serigrafía.

Al final del logo está el iso con la equis de la familia Brush Strokes

Gráfico 17: tipografías

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

grafotex

Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

Como complemento del logo estaría lo que se realiza en la microempresa esta frase será la que utilice la Familia tipográfica Swiss 721 Cn BT Italic

Gráfico 18: Tipografías

serigrafía textil

Fuente: Propuesta Grafotex

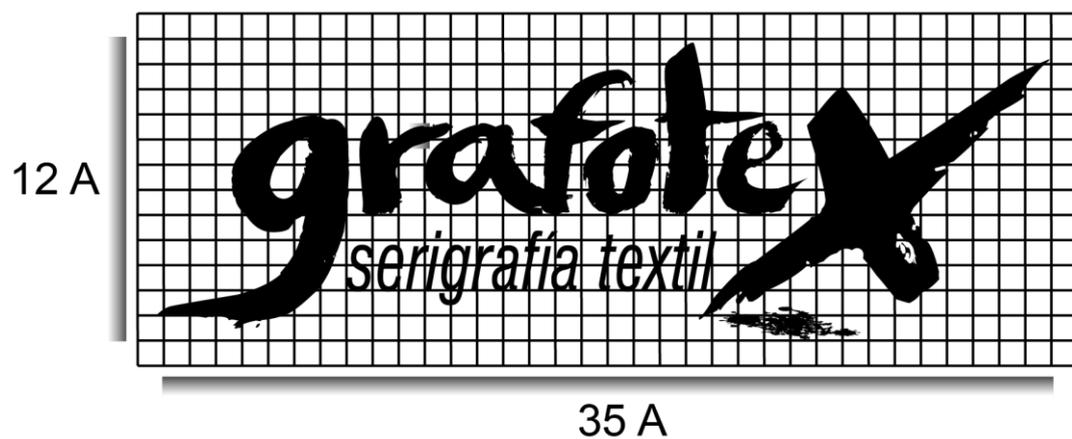
Autor: Giovany Taicus I.

6.8.7. ESTRUCTURA

Malla estructural y proporciones de marca

Gráfico 19: Estructura

= 1 A



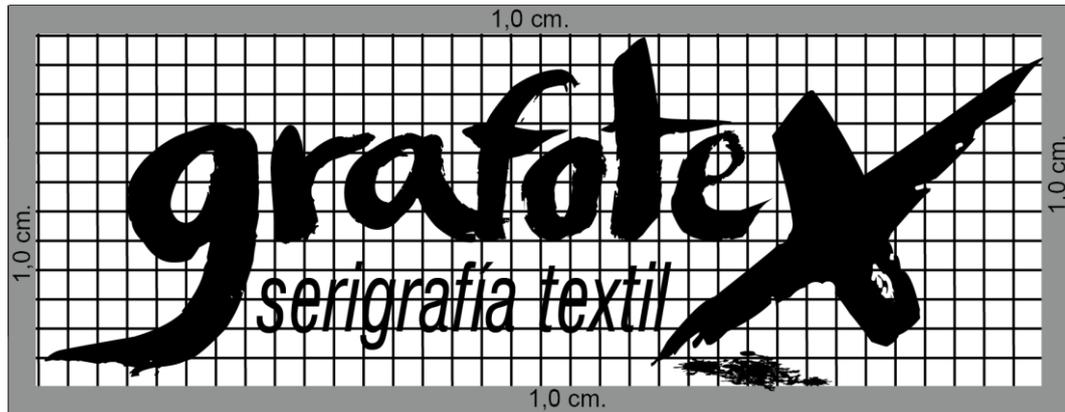
Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

Malla estructural - espacio libre

Se deberá respetar el espacio al contorno de la marca en cualquiera de sus proporciones para un legibilidad clara a la distancia.

Gráfico 20: estructura.



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.8. CROMÁTICA

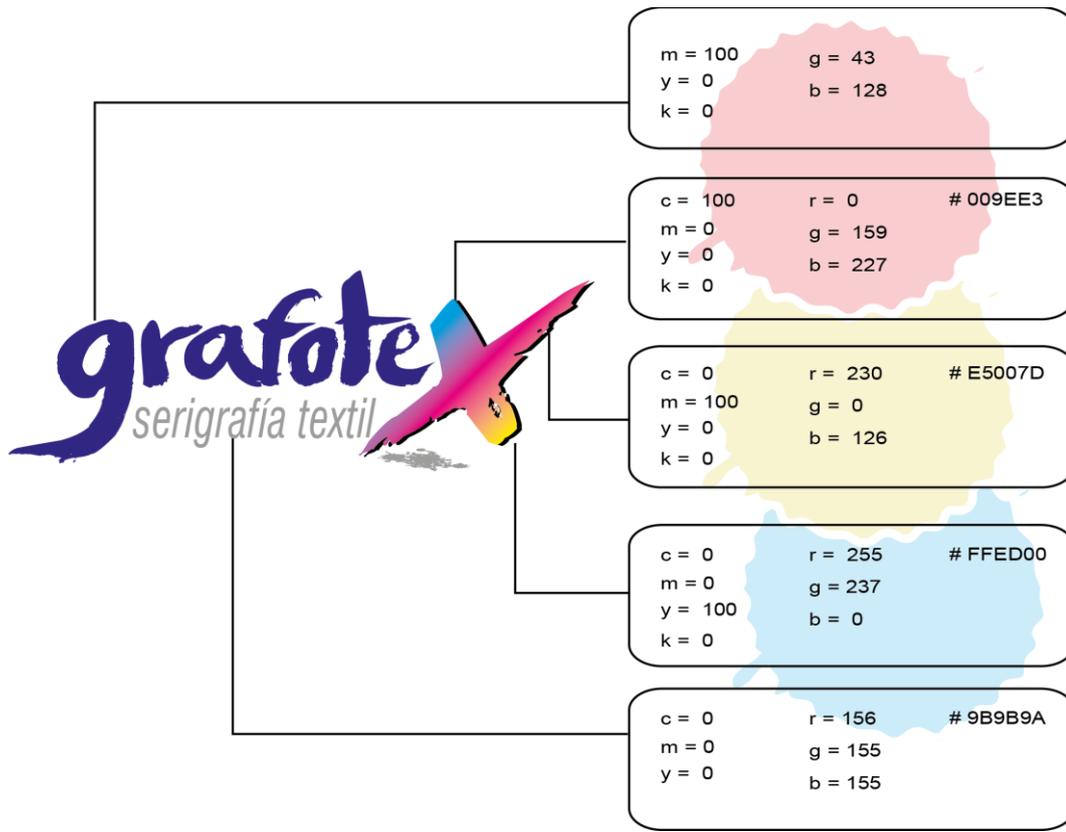
Para una adecuada visualización de la marca Grafotex se aplicarán los colores apegados a la psicología del color:

Cian, como el color que representa verdad, sabiduría, inteligencia, asociado al espacio, inmortalidad, cielo y agua.

Gris como un color neutro para balancear la gama de colores que se encuentran en el Iso la que hace referencia a los utilizados para la impresión C, M, Y, K

Todo esto con sus respectivos valores en los diferentes sistemas de coloración.

Gráfico 21: Cromática



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.9. TAMAÑO

Tamaño mínimo de media

Grafico 22: Tamaño



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

El tamaño de medida mínimo para el logotipo en cualquiera de sus versiones es de 2.5cm x 6.00 cm, de esta manera se garantiza la legibilidad de la marca y el correcto uso de la misma.

6.8.10. MODALIDADES DE USO

Usos permitidos – soportes

Disminución y uso mínimo permitido hasta que la tipografía del copy sea legible, es decir 2,5cm x 6,00cm.

Gráfico 23: Modalidades de Uso



Tamaño máximo permitido, es relativo acorde al tamaño del soporte o dispositivo en el que se va a utilizar.



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.11. RELACIÓN FIGURA FONDO

Los colores corporativos se usarán en fondo negro o blanco o sobre las alternativas de colores pastel

Full color

Gráfico 24: relación figura de fondo.



Monocromo



Escala de gris



Positivo



Negativo



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.12. RESTRICCIONES

Usos no permitidos

Distorsiones o malformaciones

Gráfico 25: Restricciones.



Cromática que no se mencione en este manual



Escalas o tamaños mal proporcionados o ilegibles.



Escalas o tamaños mal proporcionados o ilegibles



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.13. APLICACIONES

Papelería

Tarjetas de presentación

6.8.13.1. Gráficos 26: Aplicaciones.



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.13.2. APLICACIONES

Gráficos 27: Aplicaciones



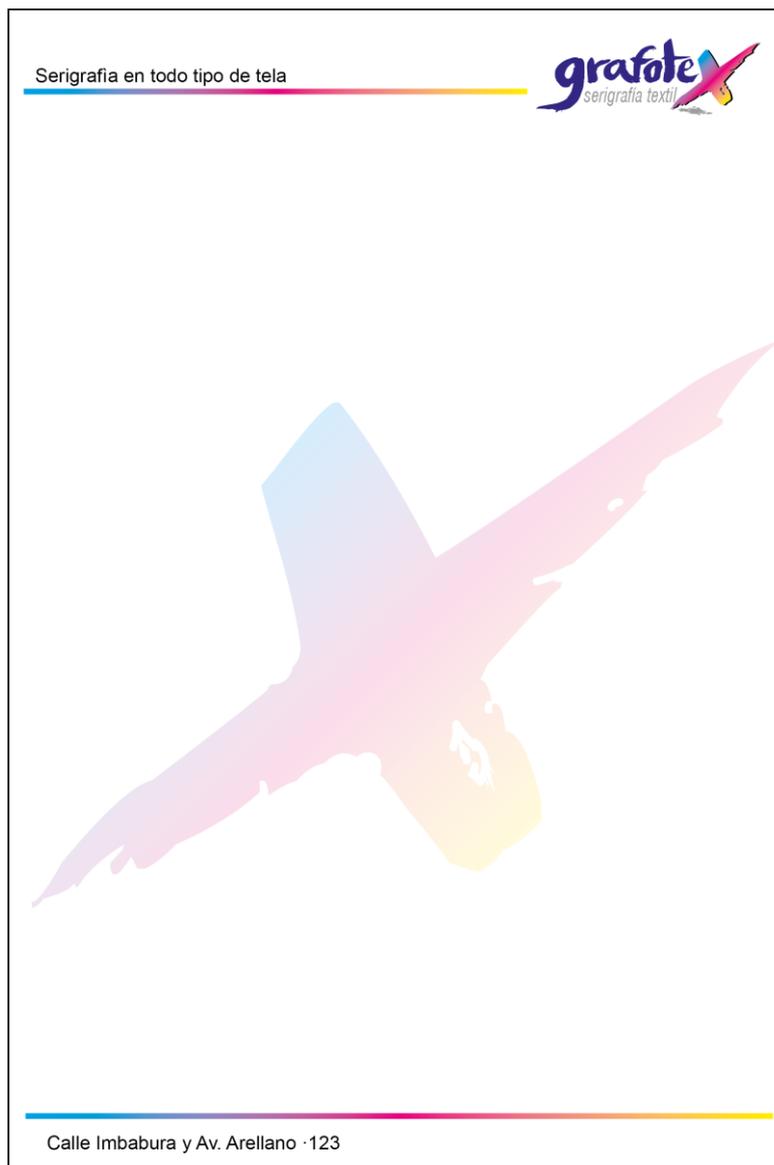
Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.13.3. HOJAS MEMBRETADAS

Papelería > Hojas oficio

Gráfico 28: Hojas membretadas



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.13.4. UNIFORMES

Gráfico 29: Uniformes



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.8.13.5. CAMISETAS

Gráfico 30: Camisetas



Fuente: Propuesta Grafotex

Autor: Giovany Taicus I.

6.9. BIBLIOGRAFÍA

American Institute Of Graphic Arts. (1914).

Argüello, J. (2009). *Identidad e imagen corporativa*. El Cid Editor.

Argüello, J. (2011). *Identidad e Imagen Corporativa*. Santa Fé - Argentina : El Cid Editor .

Arts, A. I. (1914).

Baena Paz, G. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Calderón, B. N. (2015). *Guía para Diseñar Una Marca* . Calí: UOC .

Calisto, M. L., & Calderón, G. (septiembre de 2011). *Historia del Diseño Gráfico en el Ecuador 1970-2005*. Quito, Ecuador : Impreso en Ecuador.

Caza, M. (1967). *Técnicas de Serigrafía* . BLUME.

Cleri, C. (2007). *El Libro de las PYMES*. Buenos Aires : Granica.

Comamala, J. (2001). *Pintando al Gouache*. Barcelona, España, : Crea.

Dawson, J. (2001). *Guía completa del Grabado e Impresión*. Madrid, España: Blume.

Ediciones Acanto . (2001). *Enciclopedia de técnicas de grabado*. Balmes, España: Acanto SA.

Flórez Calderón , B. N. (2015). *Atlántica de Comunicación - Guía para Diseñar una Marca*. Barcelona: ISBN.

Gómez Galan, A. (2012). *Materias y productos en impresión: impresión en ofset (MF0201_2)*. Andalucía - España: IC Editorial .

Graphic, A. I. (s.f.).

Hayten, P. J. (2004). *El color en las Artes*. Barcelona - España: Leda.

Ind, N. (1992). *Imagen Corporativa*. Madrid - España: Diaz de Santos.

J, B. (2001). *Teorías, secretos de la pintura*. Barcelona, España: L.E.D.A.

J, H. (2004). *El Color de las Artes* . Barcelona: Edit LEDA.

juan, C. (2001). *Pintando al Gouache*. Barselona, España: Crea.

karch, R. (2002). *Manual de Artes Gráficas*. México D.F.: Trillas.

Lesur Esquivel , L. (2013). *Manual de Serigrafía*. San Diego CA.: Tillas .

López López, A. M. (2014). *Curso diseño gráfico: fundamentos y técnicas*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.

Martín, I. R., & Collado Alonso , R. (2013). *Reparación de la Serigrafía* . Andalucía - España: IC Editorial.

Martines Carrasco, R. (2011). *Investigación Comercial: Técnica e Instrumentos*. Madrid: Tebar.

Prefectura del Carchi. (08 de Marzo de 2013). *Carchi Estadístico*. Obtenido de Carchi Estadístico: www.carchi.gob.ec

Reinoso, N. (2003). *Diseño Gráfico - Publicitario* . Quito - Ecuador : Gráficas Iberia .

Ruessell , T., & Lane, R. (2004). *Publicidad* (Vol. sexta edición). Buenos Aires, Argentina: Hispanoamerica.

Russell, A. (2013). *Principios básicos del diseño textil*. Naucalpan - México: Editorial Gustavo Gili.

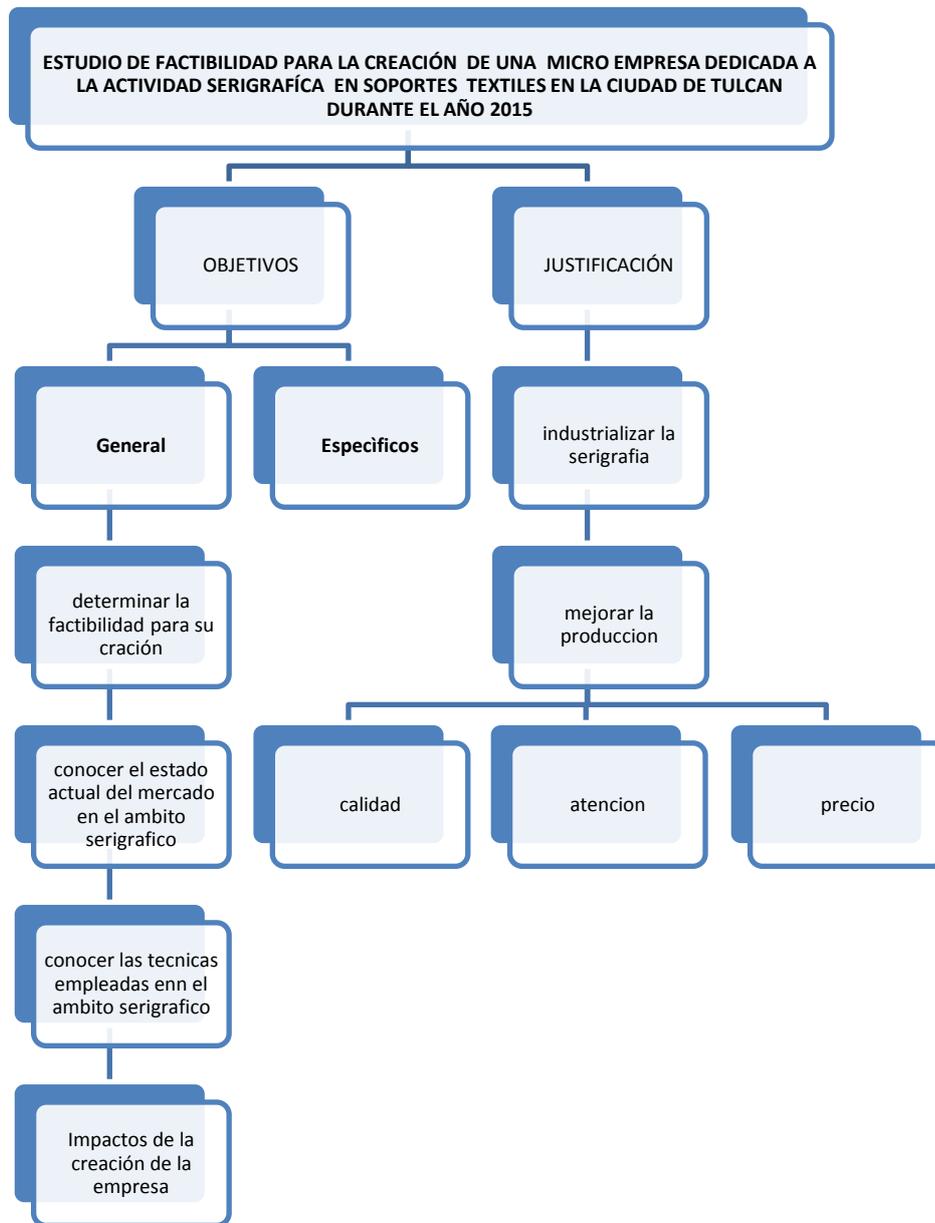
Wong , W. (2006). *Principios del Diseño en color*. Barcdelona, España: Gustavo Gili.

ANEXOS

Apéndice A: Matriz de Coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
¿ES NECESARIA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ACTIVIDAD SERIGRÁFICA EN SOPORTES TEXTILES CON SERVICIOS Y MÉTODOS TECNOLÓGICOS E INNOVADORES EN LA CIUDAD DE TULCÁN?	REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD EN LA CIUDAD DE TULCÁN, INVOLUCRANDO A QUIENES SE DEDICAN A LAS LABORES DE LA SERIGRAFÍA Y LA DEMANDA DE LA MISMA PARA EVALUAR Y DETERMINAR CON CERTEZA SI ES FACTIBLE O NO LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LAS ACTIVIDADES DE SERIGRAFÍA EN SOPORTES TEXTILES
SUB PROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
ES NECESARIA LA CREACIÓN DE ESTA MICROEMPRESA ¿LA ECONOMÍA DEL CANTÓN TULCÁN ES FACTIBLE PARA EL DESENVOLVIMIENTO DE ESTA MICROEMPRESA?	DETERMINAR EL NÚMERO DE TALLERES DEDICADOS A LAS LABORES DE SERIGRAFÍA Y ESTAMPADO EXISTENTES EN LA CIUDAD DE TULCÁN DIAGNOSTICAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN DETERMINAR SI LA EXISTENCIA DE ESTOS TALLERES CUBREN LA DEMANDA EN LA CIUDAD DE TULCÁN ANALIZAR LOS POSIBLES IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS, INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES QUE SE PUEDAN GENERAR CON LA CREACIÓN DE ESTA MICROEMPRESA

Apéndice B: Esquema de Propuesta



Apéndice C: Matriz Categorial

Categoría	Conceptualización	Dimensión	Indicadores
Diseño	El diseño pueden mejorar los procesos de creación de la imagen	Diseño	Mejorar imagen Posicionamiento Incrementar ventas
Serigrafía	La serigrafía muy desconocida en épocas pasadas, en la actualidad se difunde en todas las áreas de manera especial en la industria textil	Aplicación en soportes textiles	Camisetas chompas ropa industrial
		De la práctica artesanal a la práctica industrial	Agilidad en el servicio Ahorro en materiales Mejorar la producción en cantidad y calidad

Apéndice D: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

**ENCUESTA DIRIGIDAS A PROPIETARIOS DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
TEXTILES DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE TULCÁN**

CUESTIONARIO

CUIDAD: ----- **SECTOR:** -----

¿Utiliza servicios de serigrafía para las prendas que usted confecciona?

SI NO

¿La serigrafía es primordial para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas textiles en la ciudad de Tulcán?

Mucho poco ada

¿Cuál es la técnica de estampado que adquiere usted con frecuencia?

Pulpo sublimado otros

¿En qué ciudad realiza usted la adquisición de este servicio?

Tulcán Otras Ciudades cuento con taller propio

¿CADA CUÁNTO TIEMPO REQUIERE LOS SERVICIOS DE SERIGRAFÍA?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

Trimestralmente Anualmente

Selección múltiple ¿para qué tipo de prendas utiliza estampados?

Camisetas Sweaters Ropa Casual

Ropa Infantil Ropa Deportiva Ropa Interior

Uniformes Otras Prendas

¿Qué cantidad de prendas estampa al mes?

Menor a 200	<input type="checkbox"/>
201 a 400	<input type="checkbox"/>
401 a 600	<input type="checkbox"/>
601 a 800	<input type="checkbox"/>
801 en adelante	<input type="checkbox"/>

¿Qué tipo de estampado que utiliza con mayor frecuencia?

De 1 Color	<input type="checkbox"/>
De 2 Colores	<input type="checkbox"/>
De 3 Colores	<input type="checkbox"/>
De 4 Colores	<input type="checkbox"/>
Más de 5 Colores	<input type="checkbox"/>

Selección múltiple. ¿En qué se fija usted al momento de utilizar los servicios de una empresa de serigrafía?

Atención Rápida	<input type="checkbox"/>
Calidad del Servicio	<input type="checkbox"/>
Servicio Económico	<input type="checkbox"/>
Profesionalismo	<input type="checkbox"/>

¿Está usted de acuerdo usted con la creación de una microempresa dedicada a brindar los servicios innovadores de serigrafía y estampados en la ciudad de Tulcán?

SI NO

Apéndice E: Fotografías





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro de proyecto del en el Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación docencia y extensión de la universidad.

Por medio de presente documento dejo sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para la cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	180379794-1		
NOMBRES APELLIDOS	TAICUS IBARRA ISIDRO GIOVANY		
DIRECCIÓN	Tulcan-Julio Andrade-Calle García Moreno y Pichincha		
EMAIL	Giovasti83@gmail.com		
TELÉFONO FIJO	062205252	MÓVIL	0980641589
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	"INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LAS ACTIVIDADES DE SERIGRAFÍA EN SOPORTES TEXTILES EN LA CIUDAD DE TULCÁN DURANTE EL AÑO 2015"		
AUTOR	TAICUS IBARRA ISIDRO GIOVANY		
FECHA	2016-JULIO-15		
TITULO POR LO QUE OPTA	LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD		
ASESOR/DIRECTOR	MSc. David Ortiz		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo TAICUS IBARRA ISIDRO GIOVANY, con cedula de identidad 180379794-1, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se ha desarrollado, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular legal de los derechos patrimoniales, por lo que asume responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de Julio del 2016.

LA AUTORA

TAICUS IBARRA ISIDRO GIOVANY

CI. 180379794-1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Isidro Giovany Taicus Ibarra, con cédula de identidad Nro. 1803797941 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **"INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LAS ACTIVIDADES DE SERIGRAFÍA EN SOPORTES TEXTILES EN LA CIUDAD D TULCÁN DURANTE EL AÑO 2015"**, que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 15 días del mes de julio del 2016

(Firma)
Nombre: Isidro Giovanny Taicus Ibarra
Cédula: 1803797941