



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

Carrera de Administración de Empresas

**Estudio de factibilidad para la creación de un centro fotográfico para
mascotas domésticas en el sector La Carolina del Distrito Metropolitano
de Quito.**

*Trabajo de Titulación presentado como requisito para optar por el
Título de Tecnóloga en Administración de Empresas.*

Autor: Beltrán Tonguino, Liliana

Tutor: MSc. Centeno Rodríguez, Juan Carlos

Quito, 2020

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

“Estudio de factibilidad para la creación de un centro fotográfico para mascotas domésticas en el sector La Carolina del Distrito Metropolitano de Quito”.

Presentado por el Sra. Liliana Beltrán Tinguino para optar por el Título de Tecnóloga en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ing. Juan Carlos Centeno Rodríguez

N°. C.C 171480604-7

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

En calidad de estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Promoción 35AE-6, declaro que el contenido, conceptos desarrollados, analizados y las conclusiones del presente Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnología en Administración de Empresas, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Atentamente,

Liliana Beltrán Tonguino

172311859-0

DEDICATORIA

Con todo el cariño se la dedico a mi Dios por brindarme los conocimientos para mejorar en mi vida profesional, porque eres tú quien me acompaña en cada paso de mi camino gracias por todas las bendiciones recibidas todo mi trabajo y esfuerzo te lo debo a ti.

A mis padres Marlene y Byron, a mi querida hermana Aracely por su confianza y amor infinito, por ser mi apoyo incondicional en los buenos y malos momentos; principalmente por su constante motivación hacia la superación

A mi esposo Gabriel Naranjo por creer en mí y sin esperar nada a cambio me brindo apoyo y por compartir el afán de superarnos para brindar un mejor futuro para nuestros hijos.

A mis enanos Adrián y Doménica porque son mi razón de vida, por quienes va todo mi esfuerzo y ganas de culminar mi objetivo.

Por su apoyo incondicional los amo familia.

A mi tutor quien tuvo la paciencia de un padre y fue un guía profesional para alcanzar un trabajo de calidad.

RESUMEN

Los animales de compañía son considerados un miembro más de la familia en los hogares ecuatorianos, razón por lo cual el Centro Fotográfico a construirse ofrecerá sesiones fotográficas exclusivas para mascotas; los recuerdos de experiencias vividas en fotografías realizadas por profesionales, fortaleciendo el vínculo sentimental entre amo y mascota, brindando la garantía de que perduren por años y le permitan al cliente recordar estos recuerdos cada vez que las observen.

El propósito fundamental del proyecto es aplicar un estudio de factibilidad para crear un Centro fotográfico para mascotas domesticas en “La Carolina” del D. M. Quito.

Se lo desarrollara en base a los siguientes estudios:

El estudio de mercado permitió en base a las tabulaciones de las preguntas de la encuesta realizada verificar que tan aceptable es el servicio por ofrecer.

El estudio técnico – administrativo permitió evaluar el lugar donde se va a realizar el servicio, cuantificar las herramientas que se van a utilizar y tener la idea clara de cómo se va a manejar la organización del proyecto.

El estudio de financiero donde se desarrolló el análisis de la inversión que se requiere para poner en marcha el proyecto.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones que validan la viabilidad del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
OBJETIVOS.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	4
1. Marco Teórico.....	4
1.1 La Inflación en el Ecuador.....	4
1.1.1 Definición.....	4
1.1.2 Tipos de inflación.....	4
1.2 Riesgo País en el Ecuador.....	7
1.3 Microcréditos en el Ecuador.....	11
1.4 Canasta Básica en el Ecuador.....	13

1.5	Situación Económica y Productiva en el Distrito Metropolitano de Quito ..	15
1.6	Antecedentes del Sector, Mercado, Industria, Producto o Servicio DMQ. ..	16
2.	Marco Referencial	17
2.2	Estudio de factibilidad	17
1.1.3	Definición.....	17
1.1.4	Componentes.....	18
1.1.5	Objetivo.....	21
2.3	Mercado Potencial	22
2.4	Microempresa	23
2.5	Servicio.....	23
2.6	Producción	24
2.7	Comercialización	24
2.8	Mascota.....	25
1.1.6	Animal de compañía.	25
2.9	Estudio Fotográfico	25
1.1.7	¿Qué es fotografía?	25
1.1.8	La fotografía como arte.....	26
1.1.9	¿Qué es un estudio fotográfico?.....	26
	CAPÍTULO II.....	29
	ESTUDIO DE MERCADO.....	29
3.	Estudio de Mercado	29

3.1	Diagnóstico.....	29
1.1.10	Macro – ambiente.....	29
1.1.11	Micro – ambiente.	31
1.1.12	Análisis de Las Cinco Fuerzas Porter.	32
3.2	Metodología utilizada.....	38
1.1.13	Diseño de la Investigación.	38
1.1.14	Fuentes de Información.....	38
1.1.15	Recolección de Datos.	39
1.1.16	Diseño de la Muestra.....	39
1.1.17	Cálculo del Tamaño de la muestra.	41
1.1.18	Recopilación de datos.	42
3.3	Resultado de la Investigación.....	43
1.1.19	Tabulación de la encuesta.	43
3.4	Análisis de la Demanda.....	57
1.1.20	Proyección de la demanda.....	57
1.1.21	Demanda insatisfecha.....	59
3.5	Análisis de la Oferta.....	60
3.6	Análisis del Precio.....	60
3.7	Estrategia de Comercialización.....	61
1.1.22	Marketing mix.....	61
CAPÍTULO III.....		75

ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL.....	75
4. Estudio Técnico, Administrativo, Ambiental.....	75
4.1 Localización del Proyecto	75
1.1.23 Ubicación geográfica del proyecto.....	75
1.1.24 Localización gráfica del proyecto.	76
1.1.25 Localización de consumidores.	76
1.1.26 Localización de proveedores.....	76
4.2 Tamaño del Proyecto	77
1.1.27 Capacidad instalada.....	77
1.1.28 Financiamiento del proyecto.	79
1.1.29 Disponibilidad de insumos.	80
1.1.30 Disponibilidad de mano de obra.	83
1.1.31 Disponibilidad de tecnología.....	83
4.3 Proceso de Servicio	85
1.1.32 Diagrama de flujo.....	85
1.1.33 Descripción de cada proceso.....	86
4.4 Constitución del Negocio	87
1.1.34 Registro tributario.	87
1.1.35 Permisos municipales.....	87
1.1.36 Permisos Cuerpo de Bomberos.	88
4.5 Filosofía Empresarial.....	89

1.1.37	Misión.....	89
1.1.38	Visión.....	89
1.1.39	Políticas.....	89
1.1.40	Valores empresariales.....	91
4.6	Análisis de viabilidad ambiental.....	92
CAPITULO IV.....		94
ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERO.....		94
5.	Estudio y Evaluación Financiero.....	94
5.1	Inversión – Capital de trabajo.....	94
5.2	Presupuesto de activos fijos.....	94
5.3	Presupuesto de activos diferidos.....	95
5.4	Inversión en Capital de Trabajo.....	95
5.5	Financiamiento de la Inversión.....	96
5.6	Proyección de costos, gastos e inversión.....	98
1.1.41	Costos directos.....	100
1.1.42	Costos indirectos.....	101
1.1.43	Gastos administrativos.....	102
1.1.44	Gastos de ventas.....	104
5.7	Gastos financieros.....	104
1.1.45	Proyección de ingresos.....	105
5.1	Estados Financieros proyectados.....	106

5.2	Evaluación Financiera	108
1.1.46	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	108
1.1.47	Valor Actual Neto (VAN).....	109
1.1.48	Tasa Interna de Retorno (TIR)	110
5.3	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	111
6.	Conclusiones y Recomendaciones	114
6.1	Conclusiones.....	114
6.2	Recomendaciones	114
6.3	Anexos	116
7.	Webgrafía	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Según la revista PRIMICIAS se debe considerar cinco factores.....	9
Tabla 2 Los límites del Distrito Metropolitano de Quito	29
Tabla 3 Población Iñaquito.....	31
Tabla 4 Población Iñaquito.....	40
Tabla 5 Proyección de crecimiento Iñaquito	40
Tabla 6 Género de los encuestados.....	43
Tabla 7 Edad de los encuestados	44
Tabla 8 Encuestados que tienen mascotas	46
Tabla 9 ¿Mascota un miembro más de la familia?	47
Tabla 10 Conocimiento del servicio de fotográfico para mascotas.....	48
Tabla 11 Importancia de la fotografía con la mascota.....	50
Tabla 125. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?	51
Tabla 13 1. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?.....	53
Tabla 14 Propuesta de Bioseguridad.	54
Tabla 15 Rango de precios dispuestos a pagar.	55
Tabla 16 Demanda Proyectada Población de Iñaquito para los años 2020 – 2024.....	58
Tabla 17 Fórmula de Métodos de mínimos cuadrados.....	58
Tabla 18 Proyecciones referenciales de población de Iñaquito según PEA.....	59
Tabla 19 Precios NUO Fotografía de Mascotas	61
Tabla 20 Precios Chiis Fotografía	61

Tabla 21 Capacidad Instalada por sesión fotográfica.....	77
Tabla 22 Programas de Edición Fotográfica	84
Tabla 23 Presupuesto de activos fijos del centro fotográfico para mascotas domésticas.....	94
Tabla 24 Presupuesto de Activos Diferidos	95
Tabla 25 Capital de trabajo del Centro Fotográfico para mascotas domésticas.....	95
Tabla 26 Inversión del centro fotográfico para mascotas domésticas.....	96
Tabla 27 Estado de Fuentes y Usos de Recursos.....	97
Tabla 28 Estructura de Financiamiento	97
Tabla 29 Datos de crédito con Banco Pichincha.....	97
Tabla 30 Tabla de amortización de la deuda.....	98
Tabla 31 Proyección de costos y gastos del proyecto	99
Tabla 32 Rol de personal de producción	100
Tabla 33 Materia prima de Flash Session.....	100
Tabla 34 Costos directos	101
Tabla 35 Depreciación de activos.....	101
Tabla 36 Servicios básicos	101
Tabla 37 Costos indirectos	102
Tabla 38 Depreciaciones y Papelería y oficina	102
Tabla 39 Sueldo personal Admirativo	103
Tabla 40 Detalle servicios básicos.....	103
Tabla 41 Amortizaciones de Centro fotográfico para macotas domésticas.....	103

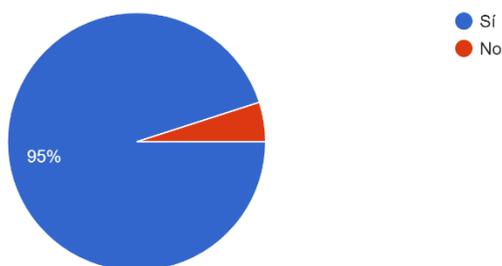
Tabla 42 Gastos administrativos.....	104
Tabla 43 Cálculo de Gastos de venta.....	104
Tabla 44 Gastos de Ventas	104
Tabla 45 Gastos financieros	105
Tabla 46 Cálculo de producción proyectada.	105
Tabla 47 Proyección de ingresos de Flash Session	105
Tabla 48 Estado de Resultados proyectado	106
Tabla 49 Estado de Situación Financiera proyectada.....	107
Tabla 50 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento = Tasa de descuento.....	108
Tabla 51 Valor Actual Neto del proyecto.....	109
Tabla 52 Tasa Interna de Rentabilidad del proyecto.	110
Tabla 53 Periodo de Recuperación de la Inversión del proyecto.	112
Tabla 54 Datos del Punto de Equilibrio	113
Tabla 55 Punto de Equilibrio.....	113

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipos de Inflación.....	5
Ilustración 2 Evolución histórica de la inflación.....	5
Ilustración 3 Factores Riesgo País.....	8
<i>Ilustración 4 Riesgo País.....</i>	<i>9</i>
Ilustración 5 Cobertura de Calificación de los Microcréditos.....	13
Ilustración 6 Variación Canasta Básica familiar vital.....	14
Ilustración 7 Variación Canasta Básica familiar.....	14
Ilustración 8 Componentes de un Estudio de Factibilidad.....	18
Ilustración 9 Mercado Potencial.....	22
Ilustración 10 Términos de Producción.....	24
Ilustración 11 Distrito Metropolitano de Quito.....	30
Ilustración 12 Ubicación Ñaquito.....	32
Ilustración 13 Cinco Fuerzas de Porter del Centro Fotográfico para mascotas domésticas.....	33
Ilustración 14 Género de los encuestados.....	43
Ilustración 15 Edad de los encuestados.....	44
Ilustración	16
¿Tiene mascota?	
Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses	46

Ilustración 17 ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?

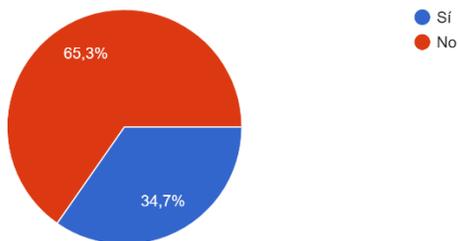
2. ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?
121 respuestas



Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses 47

Ilustración 18 ¿Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas?

3. ¿ Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografia para mascotas?
121 respuestas

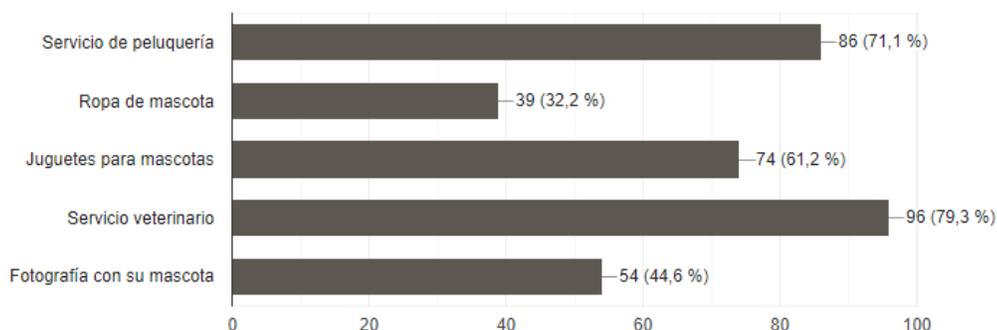


Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses 48

Ilustración 19 Opciones que se brinda a la mascota

4. ¿Seleccione la o las opciones que brindaría a su mascota?

121 respuestas



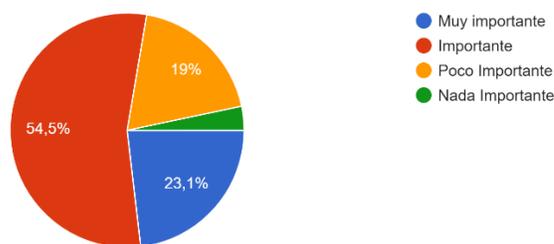
Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlk

OvzoZw1I/edit#responses 49

Ilustración 20 Importancia de la fotografía con la mascota.

5. ¿Cómo calificaría tener una fotografía con su mascota?

121 respuestas

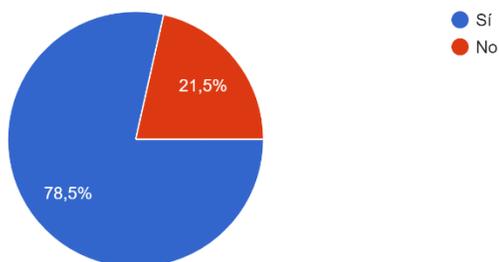


Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlk

OvzoZw1I/edit#responses 50

Ilustración 21 ¿Se tomaría una fotografía con su mascota?

6. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?
121 respuestas

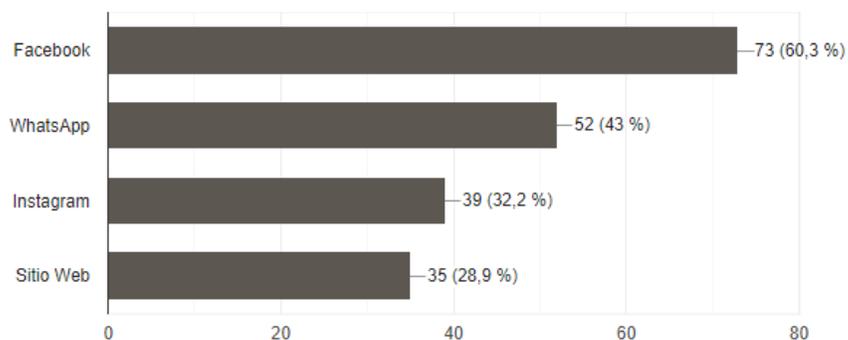


Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlk

OvzoZw1I/edit#responses 51

Ilustración 22 Red social de preferencia

7. ¿Seleccione por cual red social le gustaría conocer sobre servicios especializados en fotografía para mascotas?
121 respuestas

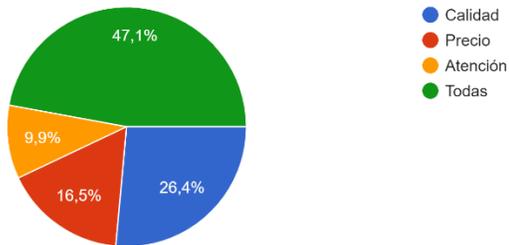


Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlk

OvzoZw1I/edit#responses 52

Ilustración 23 ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

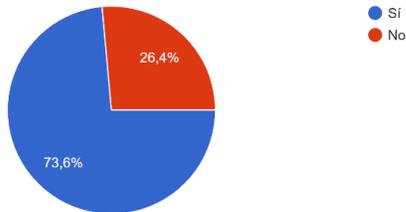
8. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?
121 respuestas



Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses 53

Ilustración 24 propuesta de Bioseguridad.

9. ¿Le gustaría un servicio de fotografía de su mascota a domicilio con los protocolos de bioseguridad?
121 respuestas

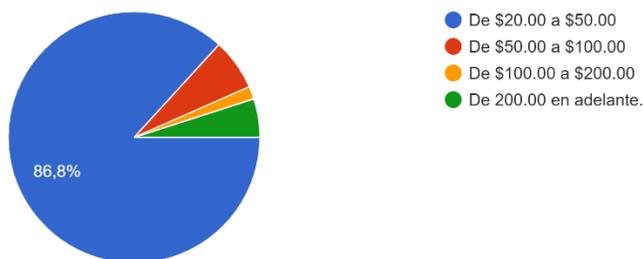


Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses 54

Ilustración 25 Rango de precios dispuestos a pagar

10. ¿Seleccione el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por un servicio especializado de fotográfico para su mascota? (Por sesión)

121 respuestas



Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlk

OvzoZw1I/edit#responses 55

Ilustración 26 Ejemplar de Fast Session.



..... 65

Ilustración 27 Ejemplar de Cooper Session..... 66

Ilustración 28 Ejemplar de Cooper Session



..... 66



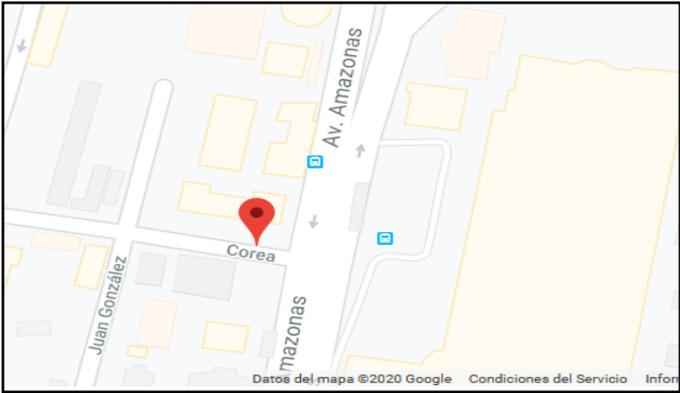
Ilustración 29 Ejemplar de Silver Session

..... 67



Ilustración 30 Ejemplar de Silver Session	. 68
Ilustración 31 Ejemplar de Golden Session.....	69
Ilustración 32 Ejemplar de Golden Session.....	69
Ilustración 33 Ejemplar de Golden Session.....	70
Ilustración 34 Ubicación Geográfica de Ñaquito.....	72
Ilustración 35 Entrega de Fotografías a Domicilio.....	73
Ilustración 36 Entrega de fotografía en estudio.....	73
Ilustración 37 Atención al cliente.....	74
Ilustración 38 Dinero Virtual.....	74
Ilustración 39 Canales Virtuales.....	74

Ilustración 40 Localización Geográfica del proyecto.



..... 76

Ilustración 41 Descripción de procesos para todas las sesiones fotográficas.

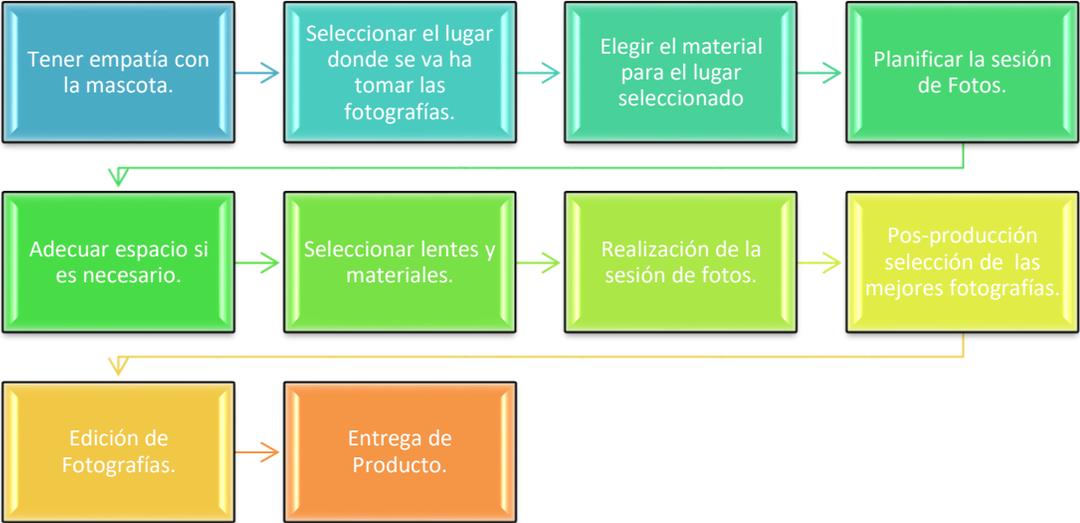


Ilustración 42 Infraestructura del local.



..... 79

Ilustración 43 Cargo por Tipo de crédito

MICROCRÉDITO - COMERCIAL Y SERVICIOS										
24 MESES	\$	5,000.00	15.30%	16.42%	\$	272.08	\$	796.88	\$	5,796.88

80

Ilustración	44	Insumos	Fotográficos
-------------	----	---------	--------------



Ilustración 45 Impresora.....	81
Ilustración 45 Impresora.....	82



Ilustración 46 Accesorios de Mascotas	82
Ilustración 47 Sitio Web de Fotógrafos.....	83
Ilustración 48 Diagrama de flujo del servicio de fotografía para mascotas.	85
Ilustración 49 Estructura de Financiamiento	97
Ilustración 50 Tabla de amortización de la deuda.	98

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El derecho de los animales a ser tratados como seres vivos con al menos contar con un espacio abierto, alimentación y cuidado adecuado a formado parte de la actualidad porque hoy en día la mascota forma parte del hogar de sus amos; según las cifras del National Geographic el 90% de los hogares que tienen una mascota, lo consideran como un miembro de su familia. En el Ecuador la adopción por los animales se ha incrementado, de preferencia animales domésticos como perros y gatos, el mismo que desarrolla en la vida de las personas un vínculo afectivo por su mascota.

El Diario el Telégrafo en uno de sus artículos dedicados al hogar menciona que “las mascotas se han convertido en nuevos integrantes de las familias, para quienes no tienen hijos traen compañía y alegría” (El Telégrafo, 2015)

Por ende, el amor de los dueños por sus mascotas se ve motivada por algunas razones afectivas, por ello los motiva a querer entregarles ciertos detalles como llevarlos a peluquerías, comprarles ropa exclusiva, o mejor aún un recuerdo que se lo pueda captar como en el arte de la fotografía donde se plasma el sentimiento y cariño que existe por las mascotas; cabe mencionar, en la ciudad de Quito en base a una investigación sobre los centros fotográficos, no existe un lugar especializado en la fotografía de mascotas.

OBJETIVOS

Objetivo General

Aplicar un estudio de factibilidad para un Centro Fotográfico para mascotas domésticas, a través de una investigación exploratoria.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la aplicación de una investigación exploratoria y descriptiva para el estudio de factibilidad.
- Realizar un estudio de mercado que servirá para el análisis de la demanda y oferta existente estableciendo la factibilidad del proyecto.
- Efectuar un estudio técnico, administrativo de la propuesta y a su vez se considerará la ingeniería del proyecto en el que se especificará, la maquinaria e insumos que se utilizarán en la ejecución del proyecto.
- Efectuar un estudio financiero el mismo que servirá para la determinación de la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

En los hogares ecuatorianos que tienen al menos una mascota lo consideran ya un miembro más de su familia y el creciente afecto, por lo que es considerable la creación del Estudio fotográfico exclusivo, tomando en cuenta que en la Ciudad de Quito no existe un Centro especializado en fotografía para las mascotas.

La presencia de las mascotas en los hogares quiteños añade alegría, por tal motivo se quiere dar lo mejor. El nuevo Centro Fotográfico en el que se basa el estudio pretende brindar momentos inolvidables a los dueños de las mascotas porque podrá demostrar con este pequeño detalle su afecto y bienestar que desea por su mascota.

La fotografía es un arte que se lo realiza con amor, prestar atención a cada uno de los detalles del entorno y de la mascota quien será el protagonista, garantizará la calidad de las fotografías, destinadas para la satisfacción del dueño porque tendrá un recuerdo a modo de revista exclusivo de su mascota.

El brindar una sesión de fotos de calidad da como resultado un cliente contento, entregar una alta calidad en las fotografías, captura de momentos únicos, el buen trato con la mascota para hacer del trabajo una diversión total y ser el mejor centro fotográfico de mascotas.

El querer tener un vínculo más estrecho con su mascota será ahí donde la factibilidad del estudio se haga realidad porque no solo se trata de una fotografía que se la puede tomar con el celular, sino se trata de brindar exclusividad en el servicio.

La combinación del amor a los animales con el arte de la fotografía ha fomentado que sus dueños quieran tener un hermoso recuerdo de las mejores expresiones de sus mascotas marcando una nueva tendencia en el mundo de la fotografía.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. Marco Teórico

1.1 La Inflación en el Ecuador

1.1.1 Definición.

La inflación tiene un alto impacto en la vida de los ecuatorianos.

Algunos autores coinciden en que la inflación es el aumento sostenido y generalizado de los precios de bienes y servicios en un tiempo determinado.

Según Milton Friedman, “afirmaba que hay inflación cuando ‘el crecimiento de la oferta monetaria supera al crecimiento del Producto Bruto Interno’. Entre el aumento de la oferta de moneda y el aumento de los precios hay un desfase temporal”

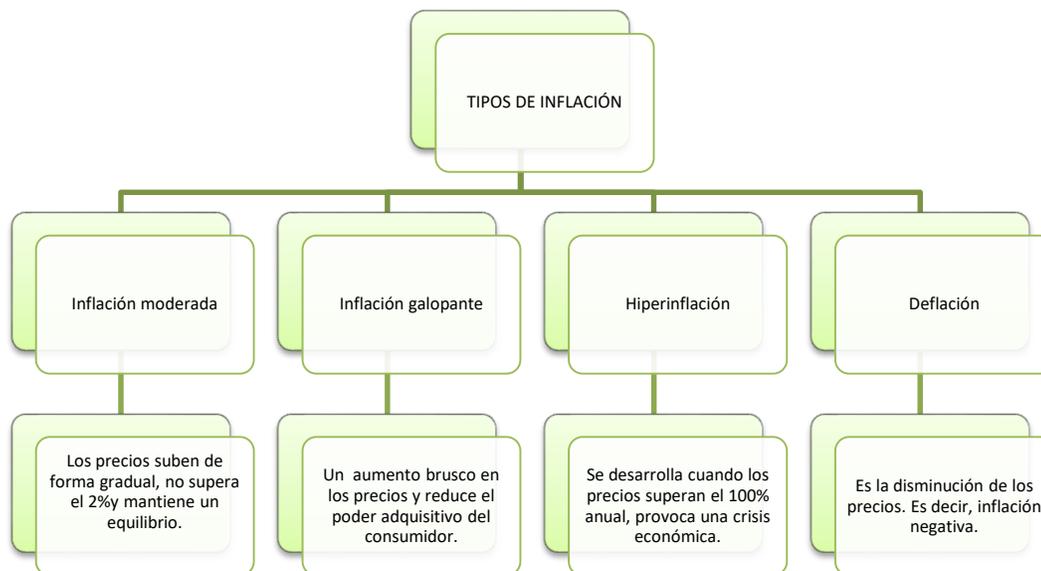
Los bienes y servicios aumentan a nivel nacional de precio que puede ser de forma paulatina para ello se utiliza el porcentaje del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que es la media de los precios en base a lo que se consume.”

“El IPC permite medir la variación de precios de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo nacional. A esa fluctuación se la conoce como inflación.”
(Galarza, 2020)

1.1.2 Tipos de inflación.

La definición de inflación es uno solo, pero existen varios parámetros por los cuales se define a la inflación por alguna características y factores en particular que inciden para llamarla según su tipo.

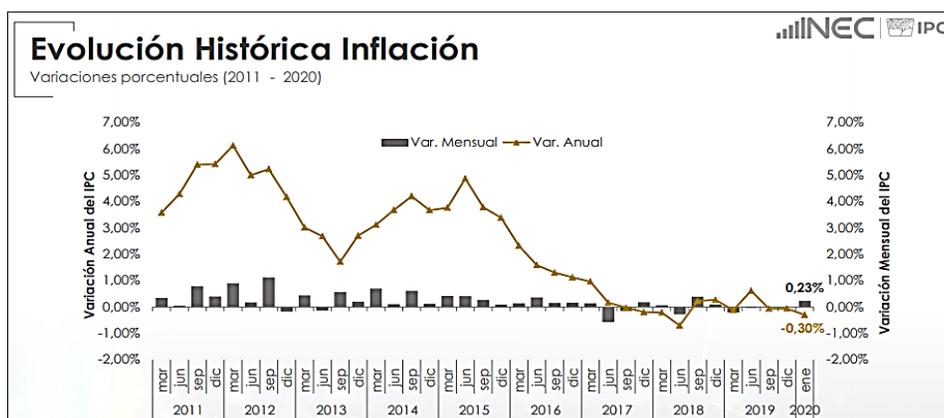
Ilustración 1 Tipos de Inflación



Elaborado por: Autora.

La inflación en el Ecuador ha sido muy variante desde los últimos 5 años, los cuales se observan a continuación:

Ilustración 2 Evolución histórica de la inflación.



Tomado del Banco Central del Ecuador

La inflación es la elevación de los precios, pero de forma controlada, para que esta sea controlada, es decir, sus precios deben subir de manera constante a lo largo de todo el año.

El alza de los precios debe ser generalizada por lo que sí solo aumenta un cierto producto no se estaría hablando de inflación; constantemente en el Ecuador suben y bajan los precios por ello es casi nulo brindar el seguimiento a cada uno de los productos y se toma como referencia a la canasta básica con los productos más representativos para el consumidor, en torno a la canasta se calcula el indicador de IPC la misma que sirve para determinar la inflación.

En el año 2015 donde se nota el pico de la inflación más alta, de manera general nos indica que en ese momento existía valores altos lo que implica una disminución del poder adquisitivo de la moneda a través del tiempo; pero no era así, los precios eran elevados y la gente contaba con el rubro para poder comprarlo, es por ello que poco a poco ha ido cayendo la inflación del país, según los datos proporcionados por el INEC la inflación del 2019 cerró en -0.07% de forma global, este dato de la inflación anual del país tiene ciertas ventajas una de las más importantes es que no existe una constante elevación de los precios, mientras unos productos suben de precio otros bajan manteniendo un cierto equilibrio; pero para los inversionistas no es algo positivo porque este cierto equilibrio no permite que exista una rotación de flujo constante deteniendo la inversión de la mismo esto quiere decir, los precios no se encuentran bajando, cabe mencionar los consumidores ya no adquieren lo mismo; actualmente por la emergencia que se encuentra atravesando el país las personas si priorizan los gastos y ya no despilfarran el dinero. "A veces una inflación baja puede estar

diciéndote que los motores del crecimiento se están apagando, explica Ramón Pineda” (Barría, 2019)

La inflación en el Ecuador actualmente está en un punto de deflación debido al COVID-19 ha decaído en este momento no existe oferta, ni demanda porque todo este sector está paralizado de forma considerable, al no ser parte de la canasta básica la oportunidad con el producto se ve lejana; según el boletín macro – económico del 2016 al 2019 menciona que la participación de recreación y cultura donde entra la actividad económica de la fotografía tiene una variación anual del 0.02% el cual es un leve crecimiento, al estar paralizada quiere decir que este incremento bajara y no se tendrá ninguna oportunidad para reactivar la economía en el sector fotográfico.

1.2 Riesgo País en el Ecuador

Actualmente el riesgo país es un indicador para visualizar la opinión de los inversionistas, empresarios extranjeros y locales porque evalúan el nivel de exposición que tendrán al momento de invertir en el mercado. Se sostiene que el riesgo país mantiene constantes cambios no planificados a nivel de inversión ya sea pública o privada y que puede ser financiada por algún préstamo del extranjero.

Según la Revista Mexicana de Economía y Finanzas menciona que “el riesgo país retira oportunidades con los inversionistas extranjeros porque es como una pared entre invertir o no en el país, muchas veces ni los inversionistas locales se arriesgan a realizarlo.

De forma técnica se busca la predisposición que tiene el país para cubrir y cumplir sus obligaciones contraídas con las personas que le facilitan los préstamos como es en el país las que se tiene con Estados Unidos por ello el valor del “riesgo-país” surge de la diferencia entre

las tasas que pagan los bonos del Tesoro norteamericano que se creen son las de menor riesgo sin considerar en entorno de este país más las que pagan los bonos del respectivo país. “De esta manera, se da una referencia del riesgo que se corre al invertir en un determinado país en función de la deuda externa que éste tiene.” (Lapitz Gorfinkiel, Acosta Flórez, & Gudynas, 2005)

Riesgo País = (Tasa de rendimiento de los bonos del país de análisis –Tasa de rendimiento de los bonos de los Estados Unidos) x 100

Ilustración 3 Factores Riesgo País.



Elaborado por: Autora.

Tabla 1 Según la revista PRIMICIAS se debe considerar cinco factores

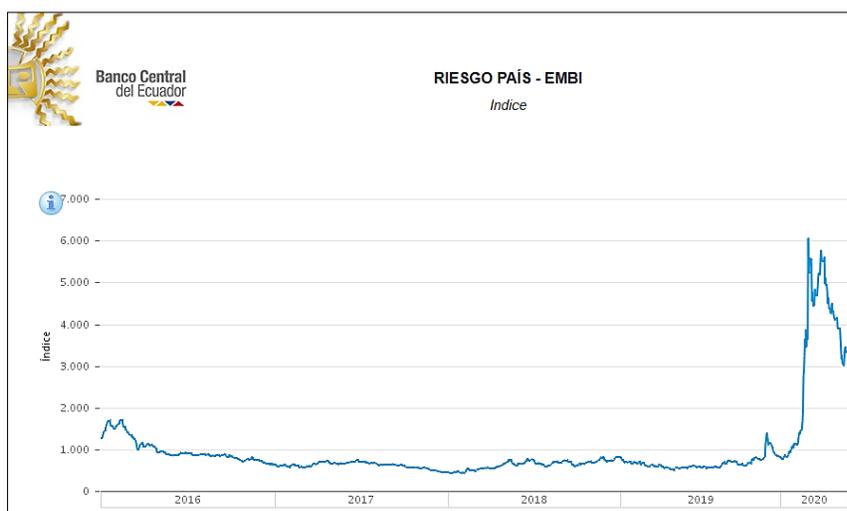
El factor petróleo:	Cuando sube el precio del petróleo, baja el riesgo país y viceversa.
El factor Creo	Se refiere a las reformas al Código Orgánico de Finanzas Públicas y al Código Orgánico Monetario y Financiero como parte de una facilidad extendida de crédito.
El factor Argentina	Debido a que se toma como referencia los bonos a los otros países para verificar su efectividad
El factor presupuestario:	Al existir una constante baja y subida de precios en el petróleo genera que un desequilibrio en lo que se proyecta el Estado Ecuatoriano ya que no cuenta con otras alternativas.

Elaborado por: Autora

Tomado de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-petroleo/>

“Eso hace que los mercados vean que la situación fiscal es muy débil, por lo que el riesgo país sube”. (Gabriela , 2020)

Ilustración 4 Riesgo País



Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El riesgo país del Ecuador no ha sido favorable en los últimos meses, por la crisis existente por el Covid-19, se ha incrementado de forma acelerada el valor llegando a 3.339, generando

una complicación porque se dará un aumento en la tasa de interés en su conjunto, lo que implica que se encarezcan los créditos. Mientras más alto es el riesgo país la inversión es menor por parte de los inversionistas tanto extranjeros como nacionales, el petróleo al ser nuestro principal ingreso ha decaído su precio porque la gente no está movilizándose, al igual que las exportaciones del camarón también bajaron porque China al ser nuestro principal comprador y al ser más afectado por el COVID-19 en estos dos casos se evidencia la falta de inversión y compra por parte de los inversionistas.

El riesgo país es un indicador de inversión, por parte de los inversionistas nacionales y extranjeros la inversión no es una de las principales opciones porque a nivel general todo se encuentra paralizado y encarecido. Si se busca inversión en la actividad no se tendrá una respuesta favorable; Patricio Almeida en una entrevista dijo: “Mientras no existan señales claras de este Gobierno, no habrá inversión y ese si es un problema porque el crecimiento de la economía depende mucho de la nueva inversión pública y privada”.

Está claro que al no tener esa confianza en las políticas o decisiones del gobierno la inversión estará en duda, y el primer sector que preocupa a los emprendedores es el sector bancario porque mientras más alto es el riesgo país más alta se coloca la tasa de interés, generando de forma automática que se encarezcan los créditos para los microempresarios.

En el Ecuador esta época implica que no hay inversión y tampoco posibilidades de empleo y desarrollo; poniendo en tela de duda el crear una nueva empresa.

La economía del Ecuador tiene importancia en el comportamiento del mercado, en la actividad comercial y en la situación financiera de la futura empresa; si los indicadores no

son estables, ni predecible sin saber el comportamiento de la oferta y demanda, todo a nivel general se vuelve incierto.

1.3 Microcréditos en el Ecuador

Los microcréditos son un instrumento efectivo y cada vez más utilizado en los programas para impulsar el desarrollo económico el mismo que está dirigido para las personas que desean emprender en su negocio. El microcrédito constituye una de las soluciones más exitosas para integrar a la población más vulnerable y excluida del sistema financiero.

Todo lo que se destina al financiamiento de pequeñas empresas de producción, comercialización, o de algún bien o servicio que sea comprobado por las entidades bancarias y sean financiadas como figura de prestamistas son los microcréditos porque está avalada en todos los aspectos.

“Los microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias” (Marbán Flores, 2007)

Marbán Flores en la revista menciona a Maricruz Lacalle la misma que menciona que no se “constata el impacto económico positivo de los microcréditos en la economía familiar, aunque reconoce que todavía no existen datos sobre sus efectos en la reducción global de la pobreza”

El microcrédito en el Ecuador está encaminado para quienes deseen incrementar el volumen del negocio de los trabajadores independientes, artesanales o que están iniciando su negocio y necesitan de ese capital monetario para poder cumplir su meta. En algunas entidades financieras ofrecen créditos que van desde \$500 hasta \$50.000 generando esa oportunidad de ser emprendedor.

En el Ecuador cada una de las entidades financieras ofrecen cada una de sus políticas para ofrecer microcréditos, pero están ligados en su mayor parte a que el pequeño negocio genere las garantías necesarias como que se hipoteque algún bien, certificados donde se demuestre las garantías de una buena inversión, mantener activo el RUC o RISE según su actividad con facturas comerciales negociables.

Los microcréditos a nivel nacional son una ayuda para facilitar a los pobres que no tienen ahorro ni garantías, y a los que nadie prestaría, es decir, que están fuera del sistema financiero tradicional porque no tienen las mismas garantías que un empresario grande que avalen esos préstamos; pero aquí en el Ecuador es algo muy distinto como se mencionó las entidades financieras dedicadas si se toman su tiempo para analizar si es factible al apoyo al microcrédito, por lo que creo que es una muy buena opción el no brindar todas las facilidades y se realice el estudio a cada uno de los que solicitan los microcréditos.

Los ecuatorianos no somos una sociedad enfocada en el ahorro ni en la inversión pero el crédito es promover el desarrollo humano el mismo que obliga al prestamista a tener un ahorro forzado y a su vez es una garantía para la entidad financiera, es importante que el microcrédito sea un aporte beneficiario que ayude al empresario o emprendedor a fortalecer y elevar sus ganancias y aportar con más fuentes de empleo para que la economía se reactive, si no se realizara los análisis a los solicitantes el efecto del microcrédito perdería su esencia porque en algunos casos como con los préstamos de Muhammad Yunus que se convirtieron una odisea para los habitantes de Bangladesh, los mismos que llegaron hasta suicidarse porque no tenían con que pagar y perderían todo lo que habían logrado.

En el país se maneja la administración del microcrédito en base a la importancia que la institución del sistema financiero aplique para la selección de los microempresarios, incluida en su análisis crediticio, donde se determina la capacidad de pago del deudor, estabilidad que tenga en base a sus ingresos que sean parte de lo que se dedica.

Ilustración 5 Cobertura de Calificación de los Microcréditos

CATEGORÍAS	DÍAS DE MOROSIDAD
A - 1	0
A - 2	1 - 8
A - 3	9 - 15
B - 1	16 -30
B - 2	31 -45
C - 1	46 -70
C - 2	71 -90
D	91 -120
E	+ 120

Tomado de la Super Intendencia De Bancos Del Ecuador

1.4 Canasta Básica en el Ecuador

La Canasta Familiar Básica (CFB) son los bienes y servicios imprescindibles para las necesidades básicas del hogar con un total de 4 miembros que por lo menos de ellos 2 trabajen y genere ingresos por lo menos con un salario básico. El análisis de la relación de la remuneración más la inflación permite el cálculo del costo de la canasta.

En la vida cotidiana compramos productos que se desconoce que son de la canasta básica, la canasta básica debe garantizar la correcta alimentación para que las personas realicen su desarrollo óptimo en cada una de sus actividades, es importante que el país garantice la calidad de los empleos y programas de apoyo para solventar las crisis alimentarias que se viven en ciertas partes del país. La CFB son los bienes y artículos que una familia debe tener accesos para poder sobrevivir con una mínima calidad de vida, la misma se la utiliza para medir el IPC, es decir los precios en los cuales compraremos los artículos y de esta manera también medir el costo de vida la que de forma porcentual determina la economía, el valor de la canasta sirve para que los gobiernos puedan estipular si es necesario el incremento del costo salarial y también los servicios públicos.

Es evidente que el salario no cubre la canasta básica, por ello es importante contar en el hogar por lo menos con dos sueldos para poder cubrir y llegar al valor de esta, si se realiza la referencia el ingreso de una persona no cubre ni el 50% de lo que se necesita para sobrevivir.

Ilustración 6 Variación Canasta Básica familiar vital.

Mes	Canasta Familiar Vital (a)	Variación mensual	Ingreso Mensual Familiar (b)	Restricción / Excedente en el consumo* (a)-(b)	Cobertura del Ingreso Familiar
ene-19	503,70	0,82%	735,47	-231,77	146,01%
feb-19	500,85	-0,57%	735,47	-234,62	146,85%
mar-19	497,99	-0,57%	735,47	-237,48	147,69%
abr-19	498,83	0,17%	735,47	-236,64	147,44%
may-19	499,66	0,17%	735,47	-235,81	147,19%
jun-19	500,11	0,09%	735,47	-235,36	147,06%
jul-19	499,70	-0,08%	735,47	-235,77	147,18%
ago-19	499,40	-0,06%	735,47	-236,07	147,27%
sep-19	500,01	0,12%	735,47	-235,46	147,09%
oct-19	506,97	1,39%	735,47	-228,50	145,07%
nov-19	504,04	-0,58%	735,47	-231,43	145,92%
dic-19	506,97	0,58%	735,47	-228,50	145,07%
ene-20	508,52	0,31%	746,67	-238,15	146,83%

Tomado del INEC-Boletín 2020

Ilustración 7 Variación Canasta Básica familiar

Mes	Canasta Familiar Básica (a)	Variación mensual	Ingreso Mensual Familiar (b)	Restricción / Excedente en el consumo* (a)-(b)	Cobertura del Ingreso Familiar
ene-19	719,88	0,66%	735,47	-15,60	102,17%
feb-19	717,79	-0,29%	735,47	-17,69	102,46%
mar-19	713,05	-0,66%	735,47	-22,43	103,15%
abr-19	715,70	0,37%	735,47	-19,77	102,76%
may-19	715,61	-0,01%	735,47	-19,86	102,78%
jun-19	715,83	0,03%	735,47	-19,64	102,74%
jul-19	715,74	-0,01%	735,47	-19,74	102,76%
ago-19	714,47	-0,18%	735,47	-21,01	102,94%
sep-19	713,75	-0,10%	735,47	-21,73	103,04%
oct-19	718,18	0,62%	735,47	-17,29	102,41%
nov-19	715,10	-0,43%	735,47	-20,37	102,85%
dic-19	715,08	-0,004%	735,47	-20,40	102,85%
ene-20	716,14	0,15%	746,67	-30,53	104,26%

El Tomado del INEC-Boletín 2020

Si se analiza en el 2015 hasta el 2020 la canasta básica se ha venido incrementando tal como la brecha que existe entre el sueldo y la canasta básicos. Los salarios bajos con altos niveles de precios de los productos de la canasta básica generan que la canasta no sea tan alcanzable y si lo hace es con un mínimo de que por lo menos 2 personas del hogar trabajen porque si no lo hacen la canasta básica para el ecuatoriano se vuelve inalcanzable.

1.5 Situación Económica y Productiva en el Distrito Metropolitano de Quito

La posición competitiva de Quito por ser la capital del Ecuador es un de las más alta a nivel nacional cuenta con un extenso número de negocios, inversiones pues concentra 25,34 % del total del Valor Agregado Bruto Nacional (VAB), es decir, \$ 23,5 millones. Incluso la bien llamada Carita de Dios ha tenido constantemente un crecimiento en cada una de las actividades, siendo un motor para las otras provincias de impulsar todo tipo de negocio; si se debe tener cuidado ya que al ser la capital puede contar con bajas inmediatas por ejemplo la pandemia actualmente afecto a las ciudades más grandes y se mantiene paralizada.

Es de importancia destacar que en el DMQ 101.937 empresas la mayoría de las cuales son microempresas con el 89% de establecimientos, que generan ventas de 2,3% del total DMQ, por ello se sostiene que las microempresas son las bases para que el Quiteño tenga oportunidades de negociación.

En base a los datos recopilados por el INEC en el último censo se puede evidenciar que DMQ está conformado por una extensa parte de microempresas en base a las estadísticas el proyecto a emprender ocuparía el 0.82% en el área de recreación y arte; por lo tanto, Quito es una localidad con una alta oportunidad para emprender, es decir las condiciones esta optimas y dadas en el sector porque su ventaja competitiva es fuerte ante otras ciudades, el

innovar con la tecnología, el ser inclusivos en cada uno de sus espacios lo hace ver como el mejor.

1.6 Antecedentes del Sector, Mercado, Industria, Producto o Servicio DMQ.

Por ser la ciudad más antigua de Sudamérica, Quito es la capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha; Quito se encuentra dividida en 32 parroquias urbanas y 33 rurales y suburbanas por su diversidad genera un crecimiento económico constante y lo coloca entre los principales a nivel de país. La ciudad de Quito concentra casi el 90% de la economía de la provincia de Pichincha por ello las cifras que se presentan a continuación se puede evidenciar que el aporte de Quito es considerable.

La industria en Quito representa cerca del 10% de los establecimientos económicos que existen en la capital (99 952). El resto pertenece al comercio y servicios, según datos del Censo Económico realizado por el (INEC).

“Las dos actividades que registran menos empresas registradas son las relacionadas con Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento (516) y la reparación de computadoras y equipo periférico (510)”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos., 2017)

Por lo tanto, se puede decir que la economía de la provincia se centra en Quito ya que la población se concentra en la ciudad porque existen los principales organismos de gobernación como la presidencia entre la más importante por ello hace que los sectores comerciales y de servicio sean el eje de la capital y que las actividades artísticas y de recreación son las que menos aportan en la economía de la ciudad, es importante recalcar que en el sector norte de la capital tanto como La Carolina y La Mariscal son considerados sectores centro empresariales por la alta afluencia de negocios.

2. Marco Referencial

2.2 Estudio de factibilidad

1.1.3 Definición.

“Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.” (Luna & Chaves, 2001).

El estudio de factibilidad es una herramienta de análisis que se utiliza para guiar la toma de decisiones al momento de evaluar un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de un propósito de inversión ya sea exitoso o no, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación de dicho proyecto.

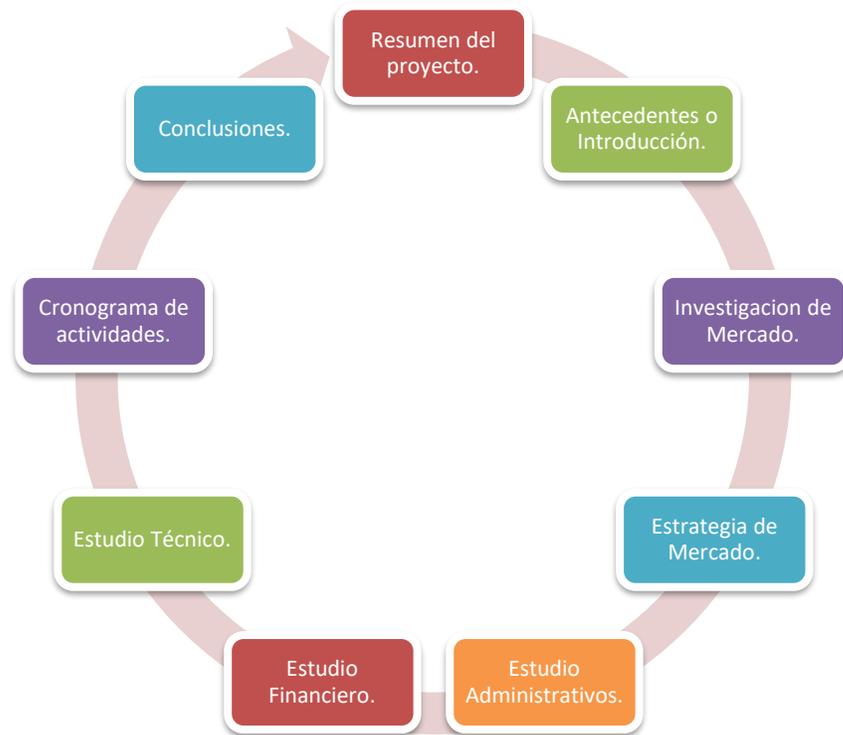
Con el estudio de factibilidad se puede verificar si es viable llevar a cabo el proyecto; con el estudio los analistas y especialistas realizarán sus respectivas recomendaciones para mejorar el diseño; se puede decir que es un instrumento para lograr una proximidad precedente al proyecto que puede presentar un cierto rumbo en su valoración y, para lograr un nivel de factibilidad aceptable.

Es una alternativa de inversión determinada por el retorno de lo invertido, y tiene como base el método científico para sustentar y demostrar la viabilidad del proyecto los mismos que se detallan en la ilustración 8.

“Equivale a planificar la viabilidad de un negocio o empresa”. (Izquierdo Maldonado, 2011)

1.1.4 Componentes.

Ilustración 8 Componentes de un Estudio de Factibilidad.



Elaborado por: Autora

1.1.1.1 Resumen del Proyecto

Es un aspecto trascendental porque es el análisis del proyecto; varios autores recomiendan que se lo realice al final del trabajo, ya se habrá analizado cada uno de los aspectos del plan; no debe ser más de dos páginas, como preferencia unas sola, para que el lector aborde de forma clara y rápida el tema a tratar ya que va al inicio del documento.

Es importante describir con palabras claras el servicio o producto, la empresa, el mercado, los elementos de éxito del proyecto, lo que uno espera, el posible financiamiento y las conclusiones del trabajo en general.

2.1.1.1 Introducción

Es la contextualización del proyecto, en la introducción se le prepara al lector por ello se realiza una breve descripción del proyecto, se indica la presentación con fecha y principalmente el enfoque con el que se preparó el estudio; es un bosquejo de lo que se llevara a cabo en todo el trabajo

3.1.1.1 Investigación de mercado

Para no cometer el error de lanzar un producto al mercado sin conocerlo a profundidad la investigación de mercado es la herramienta más apta para este tipo de inconvenientes. El estudio de mercado permite brindar soluciones a futuro.

La investigación de mercados refleja los sucesos históricos como trayectoria del sector, del mercado, del consumo, entre otros).

Se puede concluir que la investigación de mercado se utiliza especialmente para conocer la oferta y la demanda del mercado en donde se realizar el proyecto. En el caso de la oferta se hará referencia sobre cuáles son los negocios similares y qué beneficios ofrecen, es decir, cuál es su factor diferenciador. En el caso de la demanda se relacionaba quienes son y qué quieren los clientes.

La investigación del mercado como mínimo deberá tener:

- Diagnostico Maro ambiental y micro- ambiental
- Diseño de la investigación y fuente de datos
- Procedimiento de recolección de datos
- Diseño de la muestra
- Recopilación de datos

- Análisis de datos
- Presentación de resultados. (Kinneer, 1998)Estrategia de Mercado

4.1.1.1 Estudio Administrativo

Es la herramienta guía para las personas que administren el proyecto en base a la inversión que se requiera y las operaciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa. Es primordial ya que facilita que las probabilidades del proyecto, por ello en esta parte se realiza la estructura organizacional que se quiere para la empresa.

Se desarrolla de forma detallada cada uno de los aspectos como costos, razón social, se valida el costo sobre los permisos y tramites que se requieren para la constitución de la empresa, obteniendo un análisis pertinente para el éxito de esta.

3.2.6 Estudio financiero

La evaluación de la capacidad que la empresa tiene para ser viable y rentable; se describe y elabora los sustentos de las proyecciones anuales que se estima para el funcionamiento es toda la parte numérica y contable. El cual se puede examinar un nuevo emprendimiento mediante el cual se evalúa la viabilidad, estabilidad y rentabilidad de este.

“Es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y visualizar su rentabilidad y recuperación de este en el tiempo.” (Mtra. Nora González Navarro, 2020)

5.1.1.1 Estudio Técnico

Expresa ROSALES, (2005) “Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita” (pág. 12)

6.1.1.1 Cronograma de Actividades

Se elabora un cronograma de actividades, el que se debe detallar una breve descripción de lo que se realizó y el responsable de cada una de las tareas.

7.1.1.1 Conclusiones

Son las expectativas del negocio.

Se indican las razones por las cuales el proyecto llega a ser o no viable.

Se debe incluir las motivaciones personales que se tiene para realizar el proyecto.

1.1.5 Objetivo.

- Determinar el tamaño del proyecto para realizar un estudio que ayude a verificar una buena ubicación y las herramientas tecnológicas a utilizar.
- Establecer y delinear el modelo administrativo adecuado para determinar si el proyecto es viable o no en cada una de sus fases.
- Evaluar la inversión que servirá para determinar los costos de operación y tener un estimado de los ingresos y egresos del proyecto.

- Iniciar un plan con un mínimo riesgo y conseguir una mejor participación del proyecto dentro del mercado interno y externo.
- Comprobar la realización del proyecto a través de un análisis financiero incluyendo lo económico, social y ambiental.

2.3 Mercado Potencial

Es el área geográfica imprecisa en donde se encuentra potenciales consumidores de un bien o servicio, se lo toma como referencia.

El mercado potencial son todas las personas que pueden tener la necesidad, pueden desearlo y adquirirlo siempre y cuando satisfaga las necesidades.

Es decir, son todos los consumidores que podrían interesarse en el producto o servicio que se está ofertando; estos pueden consumir o no el servicio que se quiere ofrecer.

Ilustración 9 Mercado Potencial



Tomado de Management Empresarial

<http://www.managementempresarial.com/diccionario/mercado-potencial.html>

Los elementos que influyen en el mercado potencial son:

Esfuerzo de marketing de todas las empresas actuantes en el mercado, que contribuye a aumentar la demanda a través de sus políticas o estrategias en las variables de marketing.

VARIABLES DEL ENTORNO ECONÓMICO como pueden ser la renta, la riqueza, las expectativas, etc.

Diversidad de productos existentes, que permite su mejor adecuación a las necesidades de cada grupo de consumidores. (Management Empresarial, 2017)

2.4 Microempresa

Las microempresas son el inicio de un emprendimiento; cómo podemos ver las microempresas tienen un alto porcentaje de participación en la economía del país, esto es favorecedor porque a través de las microempresas se fomenta el empleo, son proveedoras de las grandes empresas y fomentan la innovación.

2.5 Servicio

Según Joao Da Costa se entiende por servicios no bienes intangibles o las acciones que son realizadas por otras personas y que son consumidas en el lugar de su prestación.

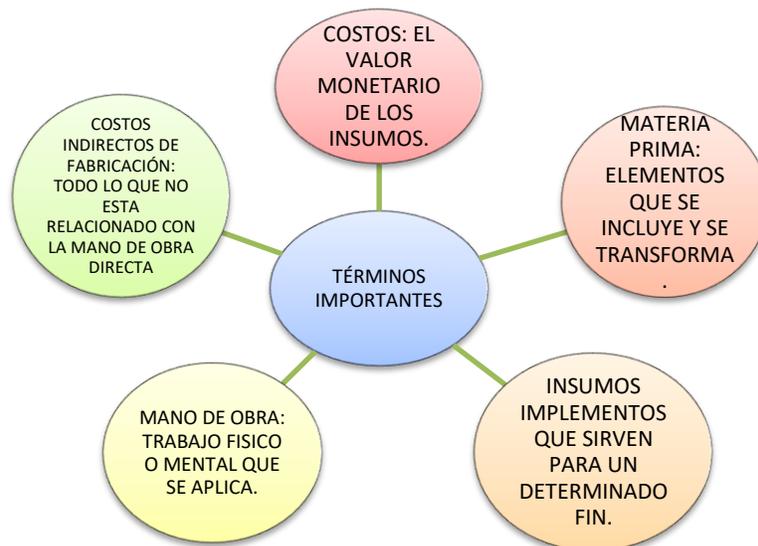
Por ello el servicio se enfoca en el lado sentimental del consumidor ya que se trata de un bien intangible que solo se lo satisfacer con buenos tratos. Es por eso, el servicio será un factor determinante para la aceptación de los consumidores ya que esto genera rentabilidad para la empresa; si el servicio que se brinda debe satisfacer la necesidad y cumplir las expectativas del cliente, lo volverá a usar y recomendará ya que sus experiencias fueron positivas, asegurar el crecimiento del proyecto e imagen de la empresa brindando alternativas porque ya se le conoce mejor al cliente.

2.6 Producción

“Producción es cualquier proceso ideado para transformar un conjunto de elementos de entrada en un conjunto específico de elementos de salida.”

Por lo tanto, se puede decir que la producción es la transformación de un bien o servicio en producto elaborado, en el cual se utiliza todas las tecnologías para elaborar un producto o servicio de innovación para el consumidor.

Ilustración 10 Términos de Producción.



Elaborado por Autora

2.7 Comercialización

Según el autor Jerome Mc. Carthy define que la comercialización es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor.

La comercialización empieza con el cliente ya que se habla de la transacción que se realiza de compra y venta donde está de por medio el diseño, el envasado del producto, precios que se cobrará, así como las políticas de crédito y cobranzas; donde y como se hará la publicidad de los productos y se los venderá; entre las que se puede detallar, pero todo dependerá del bien o servicio que se le ofrezca al cliente.

2.8 Mascota

Los animales desde años atrás son seres de compañía para el hombre y que se los encamino para que realicen tareas del hogar.

En la actualidad las mascotas interactúan con sus amos por ello a cambio se los debe tratar como seres vivos que son brindarles cuidados y mimos que mejoren su bienestar.

1.1.6 Animal de compañía.

Los animales de compañía forman parte de la vida cotidiana, al influir de forma positiva y al convivir con el ser humano consigue traer el bienestar al hogar; actualmente en ninguna circunstancia debe ser maltratado más bien se le brinda derechos de alimentación y cuidado que corresponde a un ser vivo.

2.9 Estudio Fotográfico

1.1.7 ¿Qué es fotografía?

Según en sociólogo Pierre Bourdieu el hecho de tomar fotografías, de conservarlas o de mirarlas puede aportar satisfacciones en cinco campos: la protección contra el paso del tiempo, la comunicación con los demás y la expresión de sentimientos, la realización de uno mismo, el prestigio social, la distracción o la evasión. (Korstanje, 2008)

La fotografía es un arte donde se capta la imagen y se lo plasma en un documento, es la expresión al instante e invención del aspecto tecnológico, es la bella representación de una cosa.

Una fotografía es una imagen obtenida por medio de la fotografía, hubiesen dicho que es una imagen obtenida mediante técnicas fotográficas hubiese sido igual de exacto.

Existen varios puntos de vista sobre que es la fotografía, pero los autores mencionados anteriormente definen la fotografía como un arte donde se deja la huella de la expresión de los sentimientos a través de la luz fotosensible se queda grabada en un documento que a futuro es un recuerdo.

1.1.8 La fotografía como arte.

La fotografía no era considerada un arte, la falta de difusión y aceptación ponía a la fotografía fuera de la palabra arte y era la pintura el único medio artístico de carácter de la realidad.

A pesar de esto en el siglo XX se desarrollaron tendencias estéticas novedosas que influyeron en las sensibilidades de la época y le abrieron campo al arte fotográfico para demostrar su potencial subjetivo, ya que se pensaba que no hacía más que mostrar los objetos puestos delante de la cámara. (Raffino, 2018)

1.1.9 ¿Qué es un estudio fotográfico?

Es el espacio de trabajo en la que el fotógrafo desarrolla sus diferentes actividades entre ellas fotografiar, editar las imágenes y puede ser el lugar donde presente su trabajo al público

Historia de la fotografía en el Ecuador.

Ecuador y sus imágenes en los albores fotográficos 1865 Muelle, Guayaquil” (1864-1866), de Rafael Castro, es parte de un repertorio extenso del fotógrafo. En el conflicto de la fotografía, el 19 de agosto de 1839 la República Francesa declara oficial al invento que se atribuyó a Louis Jacques-Mandé Daguerre. El nuevo invento irrumpe en Ecuador a mediados de 1840, aunque haya recientemente arribado en 1841, gracias a una remisión de Vicente Rocafuerte. Pese a pocos años de la República, se evidenciaba que la fotografía era para un cierto sector como era la edad media. La historiadora de la fotografía ecuatoriana Lucía Chiriboga, directora ejecutiva del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), menciona en su libro con Silvana Caparrini. Fotografía y República en el siglo XIX” donde detalla que las primeras fotografías hechas en Ecuador necesitaban de una autorización. Las fotografías eran anónimas, retrataban a las élites políticas. Así lo menciona Ana María Toro, titular de la división de Fotografía Patrimonial del INPC, quien añade que la aproximación en dirección a ellos los perfilaba como “informativo de las grandes haciendas e informativo de la estimación de evangelización”. Sin embargo, antiguamente, fotógrafos viajeros como el estadounidense Camillus Farrand o el Gachupin Rafael Castro Ordóñez, ya habían elaborado fotografías del Ecuador, sobre todo de paisajes, nota del romanticismo naturalista del proceso decimonónico. Por ejemplo, la fotografía „Cóndor viviente“, de Farrand, publicada en el registro „Vistas en el Ecuador“ por la empresa estadounidense E. & H. T. Anthony & Co., fue tomada en 1862. Asimismo, el fotógrafo Rafael Castro Ordóñez toma 19 sus fotografías en la década 1864-1866. Ambos llegaron al departamento con fines distintos al artístico. Farrand viajaba por Sudamérica para secundar el estereoscopio, utensilio que capturaba en ángulos distintos una apariencia, causando un alcance de relieve.

Castro, en cambio, llega con la Comisión Científica del Pacífico en 1864, huyendo de una extirpación política entre España y Perú. Ese podría ser el inicio de la descripción de la fotografía en Ecuador. No obstante, de antemano al 19 de agosto de 1839, la fotografía ya tenía sus primeros precursores. El historiador de arte Beaumont Newhall menciona en su obra, *Historia de la fotografía*“, al inglés Tomas Wedgwood como el delantero en examinar registrar “la figura de la pieza valiéndose del entusiasmo de la luz”.

Por lo tanto, años atrás la fotografía era un privilegio de las familias apoderadas del territorio y los indígenas quienes eran mas no eran parte de esta obra de arte que iniciaba en el país. Actualmente la fotografía está al alcance de todos, pero muy pocos se especializan y lo toman como una carrera.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

3. Estudio de Mercado

3.1 Diagnóstico

1.1.10 Macro – ambiente.

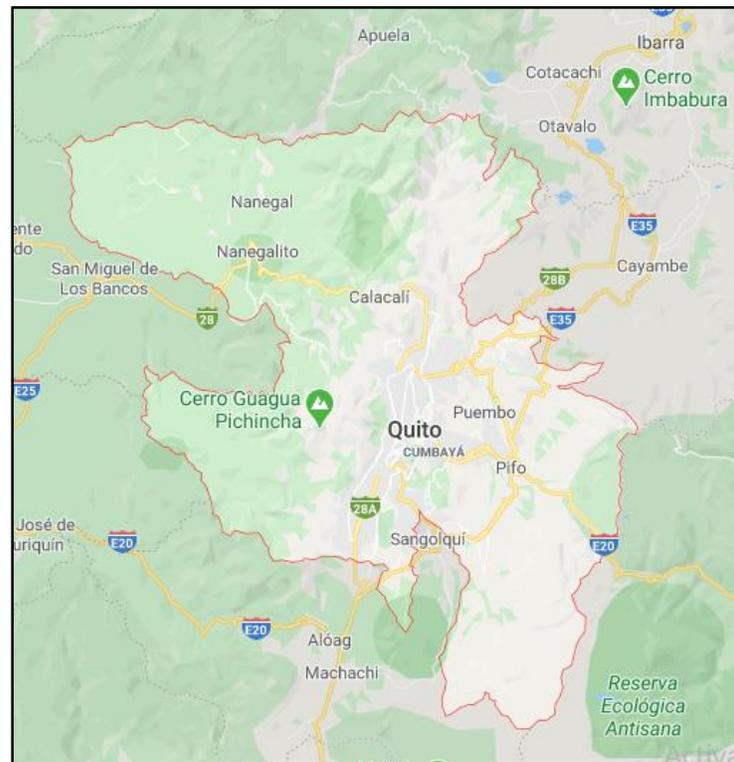
La antigüedad de Quito es incierta, pero se la toma como referencia desde la fundación española el 6 de diciembre de 1534 siendo parte de la Real Audiencia de Quito. El 24 de mayo de 1822 Antonio José de Sucre venció a la fuerza española gracias a esta gran batalla se liberó a Quito (Batalla de Pichincha); en 1830 con la formación de la República del Ecuador se la declara capital. El acto más reciente es el 27 de octubre de 1993 donde fue declarado Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), además es la cabecera del área metropolitana que la forma.

La que abarca mucha tradición y cultura, es capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha es la segunda provincia más poblada con 2'239.191 habitantes y grande con 4.183km² de superficie. Se ubica en la hoya de Guayllabamba y en la parte occidental de los Andes, por su particular condición demográfica y política; para una mejor gestión, dividió el territorio en ocho administraciones zonales, las que contienen a sesenta y cinco parroquias.

Tabla 2 Los límites del Distrito Metropolitano de Quito

Norte	Provincia de Imbabura.
Sur	Rumiñahui y Mejía.
Este	Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia del Napo.
Oeste	Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Ilustración 11 Distrito Metropolitano de Quito



Tomado de Google maps

Por la historia que tiene el Distrito Metropolitano de Quito es reconocido por su belleza colonial, arquitectónica. La ciudad consta de tres zonas claramente definidas, la primera es la del sector norte considerada el Quito moderno, la segunda es el centro de Quito o la zona colonial – artístico y la zona sur el núcleo de expresión e imbuersación juvenil de interacción social.

Quito es un centro urbano dinámico con una disposición productiva diversa que se plasmará en oportunidades de desarrollo para los emprendedores y explotación del talento humano de la población, y de esta manera promover empleo de calidad.

1.1.11 Micro – ambiente.

Tomando en cuenta los antecedentes del Distrito Metropolitano de Quito en su zona norte que es conocida como el Quito moderno, siendo este el círculo comercial con grandes edificaciones se desarrollara el proyecto dentro de La Carolina que corresponde la parroquia Ñaquito.

Ñaquito esta al noroeste de la ciudad su nombre es ancestral desde que era habitada por los Quitus. En la parroquia se encuentra el Estadio Olímpico Atahualpa, donde juegan los equipos de fútbol, existen varios centros bancarios, es un lugar donde se concentran varios empresarios y a sus alrededores alberga a uno de los parques más importantes de la ciudad como es “La Carolina” y centros de distracción como son los centros comerciales.

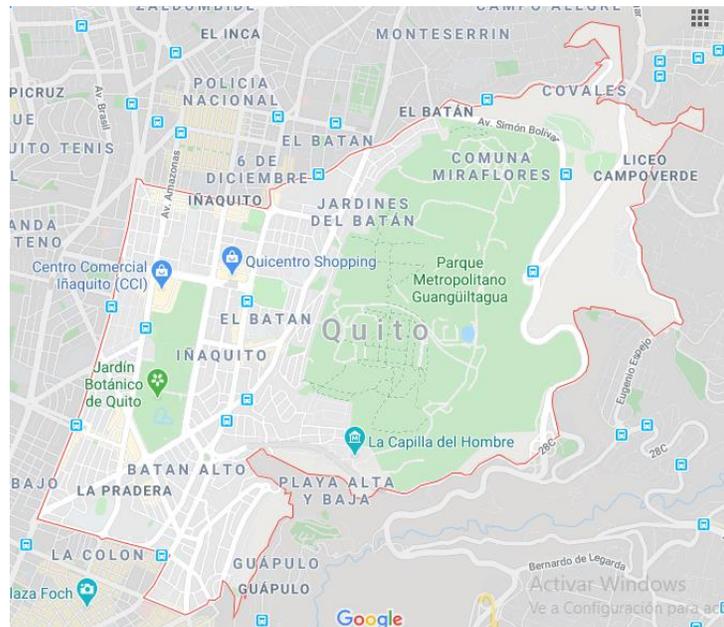
Tabla 3 Población Ñaquito.

Superficie	
• Total	1.505.75 km ²
Población (2010)	
• Total	40,492 hab
• Densidad	26,9 hab/km ²

Elaborado por: Autora

Tomado de <https://esacademic.com/dic.nsf/eswiki/164090>

Ilustración 12 Ubicación Iñaquito



Tomado de Google Maps.

Por lo tanto, la cobertura del proyecto se lo desarrollara a todas las familias que tengan una mascota dentro de su hogar y que vivan en la Parroquia Iñaquito, debido al panorama del sector existen elementos potenciales de posicionamiento porque al ser una zona empresarial se habla de una dimensión productiva.

1.1.12 Análisis de Las Cinco Fuerzas Porter.

El modelo estratégico elaborado por el Economista Michael Porter permite analizar la rentabilidad y desarrollar una estrategia en el negocio.

Las cinco fuerzas de Porter las divide en competencias horizontales y verticales de las cuales 3 fuerzas son de competencia horizontal: Amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y 2 fuerzas de competencia vertical: El poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes.

Ilustración 13 Cinco Fuerzas de Porter del Centro Fotográfico para mascotas domésticas.



Elaborado por Autora

Amenaza de productos sustitutos.

Actualmente los productos sustitutos son una alta amenaza porque la innovación es constante, esto aplica para todas las empresas, la existencia de los productos sustitutos limita la oportunidad de colocar un precio y rentabilidad al servicio porque muchas veces son alternativas de menor costo, tal vez no brinden el mismo resultado, pero en el momento se dejan llevar por la impresión. Los sistemas tradicionales de la fotografía han sido sustituidos

por nuevas técnicas tecnológicas como el uso de cámaras con una mejor calidad y megapíxeles; ya no se observa las tradicionales cámaras de cartón en este caso es notable que el avance tecnológico si cambia la calidad del producto final que sería fotografías con mejores colores o los sistemas de edición, claro está que la empresa buscara lo mejor para evitar que la tecnología le juegue un papel en contra.

La empresa se encuentra obligada a estar en alerta e informada sobre todos los cambios que existan en el mercado ya que muchas veces esto puede cambiar las preferencias del consumidor.

Amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria.

Los potenciales competidores son los centros fotográficos ya establecidos en el sector del Distrito Metropolitano de Quito que por el momento aun no prestan este servicio, pero están en la posibilidad de hacerlo.

La principal ventaja de entrada que presenta el sector de la Fotografía es la poca existencia de empresas que pertenecen a un grupo pequeño económico, el mismo que brinda la posibilidad de crecer en el sector; pues no se abarca casi nada en el mercado del país facilitando la expansión, asegurando así la participación y facilitando el ingreso de nuevos competidores.

En el caso del Centro fotográfico posee un mercado específico que son las personas con mascotas domésticas, para quienes se brinda un servicio único.

Rivalidad entre Centros Fotográficos

En los actuales momentos la industria Fotográfica ha ido creciendo de forma paulatina, dejando atrás lo tradicional y fortaleciendo el arte.

La fotografía ya no solo es vista como un pasatiempo, es un arte; en el caso de la especialización de crear un Centro para mascotas brinda la oportunidad de que las personas que tienen un vínculo más afectivo con sus mascotas los capturen y tengan un recuerdo.

Al haberse reactivado la industria de la fotografía se ha incorporado muchas técnicas que se especializan en ciertos eventos como:

- La fotografía para publicidad
- Fotografía de moda
- El retrato fotográfico
- Fotografías de actividades deportivas
- Fotografía subacuática
- Fotos aéreas
- Fotografía astronómica
- Fotografía para usos científicos
- Foto macrografía no es macrofotografía
- Fotografía microscópica
- Fotografía de eventos sociales
- Fotografía para animales silvestres
- Foto perrería, entre otros

Este hecho beneficia a los posibles clientes ya que tienen la oportunidad de escoger lo que más se adapta a sus necesidades, evento y a sus condiciones económicas. La creciente demanda de los Centros fotográficos ofrece la oportunidad de entregar un servicio eficiente, la desventaja es que por parte del gobierno no existe ningún tipo de incentivo para el arte.

El centro fotográfico mantendrá un prestigio sobre sus competidores al prestar un servicio único, con una adecuada planificación pre y post fotográfica y materiales de alta calidad, proporcionando la confianza del cliente de que sus fotografías de su mascota serán espectaculares.

No se tendrá un competidor directo ya que no existe un centro que se especialice en fotografía de mascotas, no es posible hacer un análisis comparativo a los Estudios Fotográficos porque existen diferentes tipos, diseños, estilos que va a variar dependiendo de lo que el cliente necesite.

Poder de negociación con los clientes.

Los clientes son una eminente competencia cuando exigen el bajar precios, o aumentar la calidad y mejorar el servicio.

Como se menciona el mercado de la Fotografía está en auge, pero no tiene competencia fuerte que genere una oportunidad de captar a los clientes.

Debido a la presencia de Centros Fotográficos que por complacer al cliente realizan el servicio de fotografía de mascotas puede ser un atenuante para que el cliente cambie su preferencia al hacer las comparaciones según lo que se le vaya ofreciendo, creando un enfrentamiento con la competencia porque abra una competitividad de precios y el cliente elijará el que más se acerque a sus necesidades. Esta es una de las principales razones por las que el cliente tiene un alto poder de negociación, de su decisión dependerá el éxito o fracaso de la empresa, lo que representa una amenaza, debido a que tendrá que estar regida a los deseos y requerimientos para evitar que cambien por un competidor que le proporcione una mejor o igual opción con menor costo.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores son muchas veces los encargados de presionar e imponer el precio que uno debe pagar por el insumo o en algunas ocasiones reducir la calidad de los bienes que uno necesita disminuyendo la rentabilidad de esta. Los fabricantes de los insumos fotográficos son limitados y cada uno con un mejor producto y accesorios que los hace único y por ende el aumento de consumo de los insumos de fotografía a conducido a un proceso de encarecimiento, trayendo como consecuencia el aumento de beneficios a los clientes en su producto final, lo que significa una oportunidad para la empresa porque está en la capacidad de elegir y de imponer sus propias condiciones. En este momento está en la futura empresa la elección de los proveedores, entre los que podrían estar:

- FotoAcces | Ecuador
- Digital Box Importadores directos - Digital Box
- Centro mayorista fotografía, insumos para fotografía
- ABFotovideo
- La Bodega del Fotógrafo | Tienda de fotografía
- La Tienda Fotográfica
- Foto Revista / Guía de Proveedores fotográficos.

Son algunos de los proveedores en la ciudad que venden accesorios, equipos y aplicaciones fotográficos para creadores audiovisuales; trabajan con marcas reconocidas como: Canon, Nikon, Pentax Ricoh, Fujifilm, Olympus, Sony, Panasonic, Konica, Kodak, Leica

3.2 Metodología utilizada

1.1.13 Diseño de la Investigación.

La metodología que se va a utilizar en el proyecto es la investigación sustentada en cada uno de los conocimientos adquiridos y razonamientos teóricos; basado en el análisis bibliográfico y descriptivo para plantear propuestas que tengan mayor rentabilidad.

La metodología del trabajo en su mayor parte es exploratoria porque se familiarizará con los aspectos desconocidos, por otro lado, es descriptiva porque a través de esto se identifica las características, conducta y las actitudes del entorno en el que se desea emprender el proyecto.

El estudio no se limitará a la recolección de datos, sino que se realizará una predicción e identificación del comportamiento que tendrá el consumidor con el nuevo servicio, para este punto el método a utilizar es el empírico porque en el proyecto se lo utilizará para interpretar los resultados de la encuesta y la tabulación con estos datos se analizará la factibilidad del negocio.

1.1.14 Fuentes de Información.

Las fuentes de información serán primarias y secundarias externas.

Primarias:

La encuesta es la principal fuente primaria porque se tomará la información de primera instancia y se analizará cada uno de los aspectos, no existe información estadística sobre la tendencia de los consumidores sobre la nueva propuesta.

Las fuentes secundarias que se utilizaron fueron los boletines del Banco Central del Ecuador y el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) de las que se tomaron datos puntuales

para sustentar estadísticamente y los textos en PDF que sirven de guía al momento de seleccionar información de preferencia personal.

1.1.15 Recolección de Datos.

La recolección de la información se la realizara a través de la encuesta postal al número de la muestra de forma aleatoria.

“La encuesta por Internet es el medio más eficaz de conseguir la representatividad.”

En cuanto al análisis se realizará una encuesta postal a la población representativa a fin de generalizar la necesidad que se va a solventar, por la pandemia que atraviesa el país se optó por esta modalidad de encuesta.

1.1.16 Diseño de da Muestra.

Para determinar la proporción de la muestra se tomará de referencia los datos del INEC del censo poblacional 2010 que proporciona 44149 habitantes en total, en base al número de personas se realizará el cálculo respectivo. Para determinar la población 2020 se ha desarrollado la proyección en base a las tasas de crecimiento desde el año 2010, tomando en cuenta únicamente a la población PEA, donde la población en edades de 20 años a 24 años tiene un crecimiento del 1.12%; de 25 años a 29 años tiene un crecimiento del 1.16%; de 30 años a 34 años tiene un crecimiento del 1.42%; de 35 años a 39 años tiene un crecimiento del 2.10%; de 40 años a 44 años tiene un crecimiento del 2.56%; de 45 años a 49 años tiene un crecimiento del 2.55%. Se tomo en cuenta también la información presentada por la SEMPLADES donde menciona que la tasa de crecimiento se mantiene desde 2%.

Tabla 4 Población Iñaquito

POBLACIÓN IÑAQUITO	
INDICADOR	Parroquia Iñaquito
Población (Habitantes)	44149

Tomado del Instituto de la Ciudad CPV2010

Elaborado por: Autora

La fórmula que se utilizó: $(1+r)^{11}=235528/208353$

Tabla 5 Proyección de crecimiento Iñaquito

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA PARROQUIA IÑAQUITO		
GRUPOS DE EDADES	2010	2020
20 - 24	3777	3819
25 - 29	4368	4419
30 - 34	4201	4261
35 - 39	3331	3401
40 - 44	2833	2905
45 - 49	2955	3030
	21465	21836

Elaborado: Autora

El diseño de la muestra permitirá seleccionar un número más pequeño, el mismo que será la muestra aplicando en este grupo, los distintos procesos que permitan generalizar los resultados que se obtendrán; algunos conceptos claves para realizar el muestreo son:

n = número de elementos de la muestra

N = Total de la población o universo

Z= Valor de confianza que se elige para la investigación

p = proporción positiva

q = proporción negativa

e = margen de error.

La muestra será probabilística, representativa y aleatoria; la población con la que se trabaja es conocida y en base al resultado de la muestra se los elije al azar, con el fin de tener una población estadísticamente representativa.

Al todos los habitantes del universo están con la posibilidad de ser seleccionados como representantes de su población y ser parte de la muestra particular a través de un sorteo.

1.1.17 Cálculo del Tamaño de la muestra.

$$\frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1)e^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

- N = Total de la población = 44149 habitantes.
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción positiva 50% = 0.50
- q = proporción negativa 50% = 0.50
- e = error permitido 5%

$$\frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1)e^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{21836 * 1,96^2 * 0.5 * 0,5}{(21836 - 1) * 0.05^2 + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{21836 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{21835 * 0.0025 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{20971.2944}{55.5479}$$

$$n = 377.53$$

$$n = 378$$

Entonces, el tamaño de la muestra será:

$n = 381$ encuestas

1.1.18 Recopilación de datos.

Por situación de pandemia y por seguridad de salud se ha considerado una encuesta virtual considerando de esta muestra un número de encuestados pilotos que se considerara para el presente trabajo de investigación un total de 121 potenciales consumidores.

La aplicación de la encuesta de manera digital, la encuesta consta de 10 preguntas, las mismas que servirán para segmentar el mercado al cual está dirigido nuestra encuesta, por eso se encuentra algunas variables tal como la edad, genero, la demanda que tiene el servicio que se quiere ofertar y la comercialización.

El tipo de muestreo que se ha seleccionado es aleatorio simple para poblaciones finitas, pues este se encuentra como válido para ciencias administrativas y económicas según la metodología de investigación de Sampieri (2009).

3.3 Resultado de la Investigación

1.1.19 Tabulación de la encuesta.

Género de los encuestados:

Tabla 6 Género de los encuestados

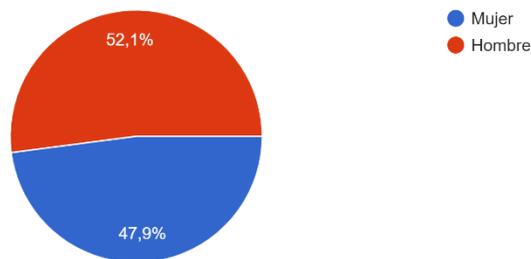
SEXO	RESULTADO	%
MUJER	58	52.10%
HOMBRE	63	47.90%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 14 Género de los encuestados.

Podría indicarnos su sexo.
121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZwII/edit#responses

Análisis:

Por el número de encuestados, se muestra un mayor número de género masculino sobre el femenino, donde el 52.10% son hombres por encima de las mujeres que representan el 47.9%.

La diferencia entre hombres y mujeres no es significativa por lo que dentro del negocio se manejara ambos géneros de manera proporcional.

Edad de los encuestados

Tabla 7 Edad de los encuestados

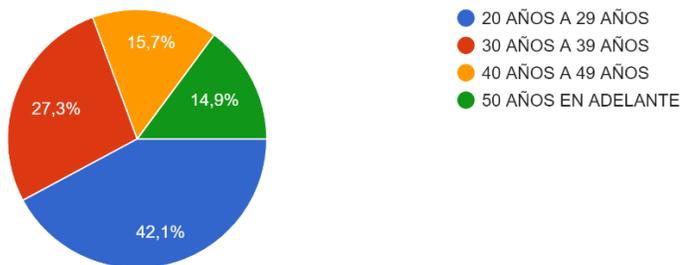
EDAD	RESULTADO	%
20 a 29 años	51	42.10%
30 a 39 años	33	27.30%
40 a 49 años	19	15.70%
50 en adelante	18	14.90%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 15 Edad de los encuestados.

EDAD
121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvzoZw1I/edit#responses

Análisis:

La edad de los encuestados está enfocado en la Población Económicamente Activa entre los que destacan son hombres y mujeres que tienen una edad entre 20 años a 29 años ocupando el 42.10%, seguido de los encuestados que oscilan entre los 30 años a 39 años con el 27.30%, por otro lado la participación de los encuestados entre 40 años a 49 años y más de 50 años suman el 30.60%; por lo que la participación va a realizarse de forma equilibrada con toda la población al que se está dirigiendo el proyecto porque existe una paridad en la edad de los participantes.

1. ¿Tiene usted mascota?

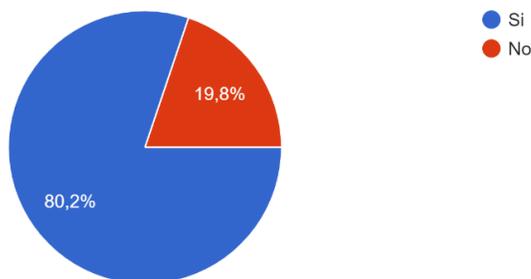
Tabla 8 Encuestados que tienen mascotas

	RESULTADO	%
SI	97	80.20%
NO	24	19.80%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuesta**Elaborado por:** Autora

1. ¿Tiene mascota?

121 respuestas

*Ilustración 16 ¿Tiene mascota?*

Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZw1I/edit#responses

Análisis:

En la pregunta se muestra que los encuestados el 80.20% tienen una mascota en su hogar y el 19.80% no cuentan con una mascota. Se considera que hoy en día en los hogares de Quito no puede faltar la presencia de una mascota, sin embargo, se desconoce las variables por la que las personas no cuentan con una mascota. Por ello el negocio debe enfocarse en los encuestados que si cuentan con una mascota para tener una mayor acogida y llegar a la gente de forma directa.

2. ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?

Tabla 9 ¿Mascota un miembro más de la familia?

	RESULTADO	%
SI	115	95%
NO	6	5%
TOTAL	121	100%

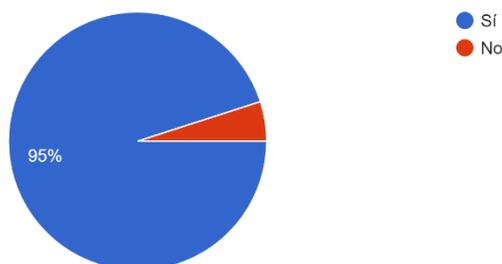
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 17 ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?

2. ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZw1I/edit#responses

Análisis:

Considerando los datos de los participantes las mascotas son consideradas por la mayoría, un miembro más de la familia llegando al 95% casi la totalidad de encuestados y un 5% no lo considera una mascota siendo un porcentaje no relevante para el negocio, pero si considerado. Se propone trabajar en la parte afectiva de los encuestados porque como se mira el afecto a la mascota es muy alto y llega ser un punto a favor.

3. ¿Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas?

Tabla 10 Conocimiento del servicio de fotográfico para mascotas

	RESULTADO	%
SI	42	34.7%
NO	79	65.3%
TOTAL	121	100%

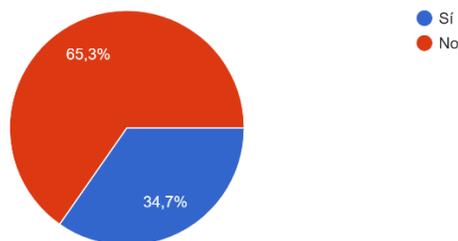
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 18 ¿Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas?

3. ¿Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZwII/edit#responses

Análisis:

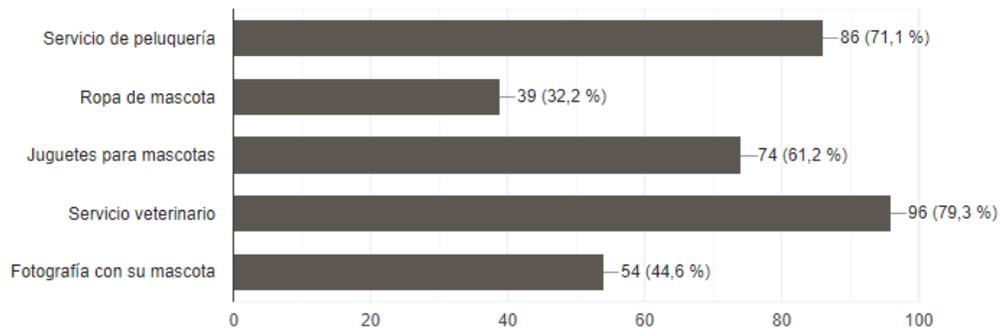
De los encuestados, se manifiesta que en la mayoría no conocen o no han escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas; existe un 65.30% de personas que desconocen del servicio y un 34.7% que si lo conoce. Es digno trabajar con las personas que desconocen del servicio y enriquecer con más información a los encuestados que si conocen para despertar ese interés en los futuros consumidores.

4. ¿Seleccione la o las opciones que brindaría a su mascota?

Ilustración 19 Opciones que se brinda a la mascota

4. ¿Seleccione la o las opciones que brindaría a su mascota?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZw1I/edit#responses

Análisis:

Las opciones que se le brinda a la mascota son variadas en la pregunta se puede confirmar que los encuestados buscan el bienestar de la mascota por ello la de mayor importancia es el servicio veterinario abarcando el 96% de respuestas; los servicios o accesorios no tienen la misma importancia pero si son llamativos para el dueño, se propone que el negocio pueda agrupar algunas de las alternativas más importantes con la idea de fotografiar a la mascota ya que no se descarta la idea de invertir en el servicio.

5. ¿Cómo calificaría tener una fotografía con su mascota?

Tabla 11 Importancia de la fotografía con la mascota

	RESULTADO	%
Muy importante	28	23.10%
Importante	66	54.50%
Poco importante	23	19%
Nada importante	4	3.33%
TOTAL	121	100%

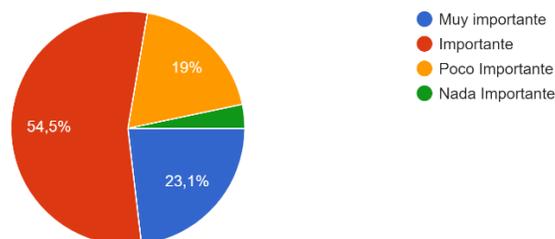
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 20 Importancia de la fotografía con la mascota.

5. ¿Cómo calificaría tener una fotografía con su mascota?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZwII/edit#responses

Análisis:

Por las respuestas proporcionadas se puede observar que los encuestados consideran de importancia la fotografía con su mascota en un 54.50% lo destacaron como importante, el 23.10% lo consideran muy importante; el 19% lo considera poco importante y un porcentaje

insignificativo del 3.33% lo consideran nada importante, es decir, que es posible trabajar con la idea inspirada en el vínculo afectivo.

6. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?

Tabla 125. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?

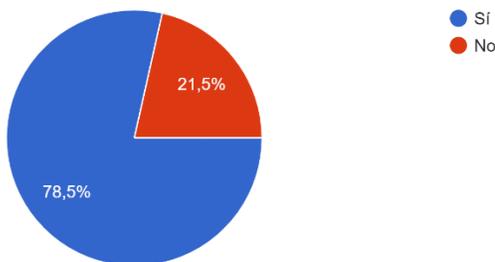
	RESULTADO	%
SI	95	78.5%
NO	26	21.5%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 21 ¿Se tomaría una fotografía con su mascota?

6. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?
121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZw1I/edit#responses

Análisis:

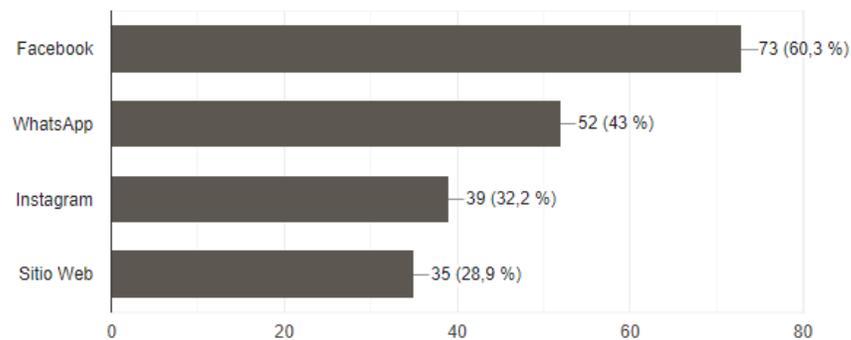
El 78.5% de encuestados confirma que si contrataran el servicio fotografía para mascotas y el 21.5% no lo contrataría; por lo que se puede concluir que si es necesario crear un estudio fotográfico especializado en fotografía de mascotas.

7. ¿Seleccione por cual red social le gustaría conocer sobre servicios especializados en fotografía para mascotas?

Ilustración 22 Red social de preferencia

7. ¿Seleccione por cual red social le gustaría conocer sobre servicios especializados en fotografía para mascotas?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZw1I/edit#responses

Análisis:

Los encuestados tienen acceso a las redes sociales todo el tiempo por lo que prefieren que la información se la difunda por este medio.

La comunicación digital por la que prefiere el encuestado recibir o conocer del servicio es el Facebook, seguido de WhatsApp, Instagram, sitio web respectivamente, por ello se presenta la oportunidad de difundir la información por la red social con mayor acogida que en este caso es Facebook llegando al cliente de forma directa.

8. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

Tabla 13 1. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

	RESULTADO	%
Calidad	32	26.40%
Precio	20	16.50%
Atención	12	9.9%
Todas	57	47.10%
TOTAL	121	100%

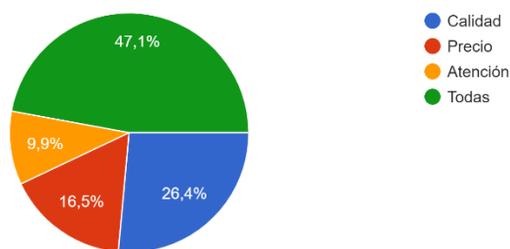
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 23 ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

8. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZwII/edit#responses

Análisis:

El 47.10% de los encuestados consideran que el servicio de fotografía para mascotas debe ser de calidad, tener un precio accesible, una excelente atención; seguida del 26.40% de personas que prefieren calidad en el servicio, el 16.50% se prioriza el precio y el 9.9% que considera la atención. Por ende, todas serán aplicadas en el nuevo negocio para cumplir con las expectativas del consumidor.

9. ¿Le gustaría un servicio de fotografía de su mascota a domicilio con los protocolos de bioseguridad?

Tabla 14 Propuesta de Bioseguridad.

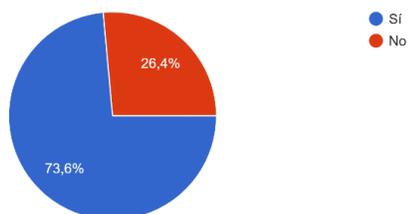
	RESULTADO	%
SI	89	73.6%
NO	32	26.4%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 24 propuesta de Bioseguridad.

9. ¿Le gustaría un servicio de fotografía de su mascota a domicilio con los protocolos de bioseguridad?
121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZwII/edit#responses

Análisis:

Por la pandemia el 73.60% de encuestados que si utilizará el servicio desea que se le realice la sesión fotográfica en el domicilio con todos los protocolos de bioseguridad y de las personas que no utilizarían es el 26.40% quienes están en desacuerdo; se propone tener las medidas correspondientes ya que forma parte de un servicio de calidad el tomar las normas de bioseguridad y le gusta a la mayoría de los posibles clientes.

10. ¿Seleccione el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por un servicio especializado de fotográfico para su mascota? (Por sesión)

Tabla 15 Rango de precios dispuestos a pagar.

	RESULTADO	%
De \$20 a \$50	105	86.80%
De \$50 a \$100	8	6.60%
De \$100 a \$200	2	1.7%
De \$200 en adelante	6	5%
TOTAL	121	100%

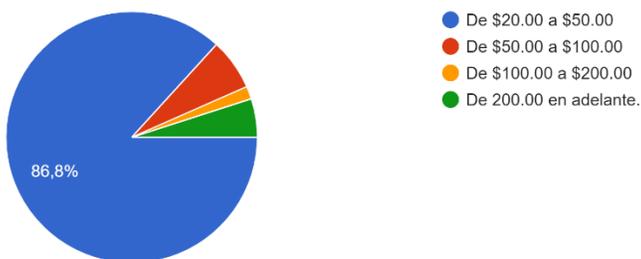
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Ilustración 25 Rango de precios dispuestos a pagar

10. ¿Seleccione el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por un servicio especializado de fotográfico para su mascota? (Por sesión)

121 respuestas



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1r_DUnFZ0j3S0X4BUYTyGbLSNR8q0sd4qdlkOvz_oZwII/edit#responses

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 86.80% están dispuestos a cancelar un precio entre el rango de \$20 a \$50 dólares, el 6.6% cancelaría de \$50 a \$100, el 1.7% de \$100 a \$200 y el

5% de \$200 en adelante; por lo que se concluye que la mayoría del público cancelaría un rango de \$20 a \$50 por sesión fotográfica siendo alentador para el inicio del proyecto.

Conclusión de la encuesta:

La encuesta realizada, arrojó datos alentadores para la creación del estudio fotográfico exclusivo para mascotas porque se pudo reflejar que la gente en su mayoría cuenta con una mascota y actualmente ya la consideran parte de su familia, está dispuesta a invertir en servicios, buscan un servicio de alta calidad, con una atención única y precios accesibles, siendo un potencial mercado para incursionar. Pese al desconocimiento que algunos encuestados tienen sobre el servicio se encuentran dispuestos a realizar una sesión fotográfica a sus mascotas con el fin de recordar el momento. Se aprecia que la mayoría de encuestados son hombres y mujeres de edades que actualmente se encuentran en la Población Económicamente Activa (PEA), y lo importante que el servicio estará aceptado tanto por hombres y mujeres.

3.4 Análisis de la Demanda

La demanda servirá para determinar los posibles consumidores de la parroquia Ñaquito dispuesto a adquirir el servicio de fotografía especializado en mascotas mediante su capacidad de pago.

1.1.20 Proyección de la demanda.

8.1.1.1 Tendencia lineal aplicando el método de mínimos cuadrados

Definición

Según esta técnica, la tendencia a largo plazo bien sea de las ventas o de otros conceptos se asimila a una línea recta, para lo cual se aplica la ecuación de la línea recta:

El método de los mínimos cuadrados analiza la tendencia de una manera lineal, es decir, se toman los datos de un número impar de años, por ejemplo, tres años, cinco años, siete años; no se recomienda tomar un número de años muy alto, puesto que las condiciones y el contexto llegarían a ser diferentes. (Díaz, Parra, & López, 2012)

Aplicación:*Tabla 16 Demanda Proyectada Población de Iñaquito para los años 2020 – 2024*

DEMANDA PROYECTADA POBLACIÓN DE IÑAQUITO PARA LOS AÑOS 2020 - 2024								
Años	N	Y	X	x2	YX	Y''	Pronóstico *	Demanda proyectada
2020	1	184,215	-2	4	(368,431)	180,488	-6.0%	169,659
2021	2	208,926	-1	1	(208,926)	210,647	3.2%	217,388
2022	3	236,988	0	0	-	240,806	1.5%	244,418
2023	4	268,855	1	1	268,855	270,965	1.5%	275,029
2024	5	305,045	2	4	610,090	301,124	1.5%	305,640
Total		1,204,029	0	10	301,588			

Elaborado por: Autora.

Tabla 17 Fórmula de Métodos de mínimos cuadrados

$Y'' = a + b(x)$	
$a = \sum Y/N$	
a	240,806
$b = \sum YX / \sum x^2$	
b	30,158.82

Elaborado por: Autora.

Nomenclatura

Y = Población Proyectada

x = variable independiente correspondiente a los años

N = número de períodos

Y" = Tendencia Poblacional

* Tomado de Gestión Digital

<https://revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/la-economia-forzosamente-caera-pero-2021-puede-ser-un-mejor-ano>

Tabla 18 Proyecciones referenciales de población de Iñaquito según PEA.

PROYECCIONES REFERENCIALES DE POBLACIÓN DE IÑAQUITO SEGÚN PEA				
2020	2021	2022	2023	2024
6,900	7,800	8,818	9,968	11,268
14,470	16,435	18,667	21,203	24,083
27,950	31,747	36,059	40,957	46,519
72,175	81,979	93,113	105,760	120,125
48,570	55,167	62,660	71,171	80,838
12,130	13,777	15,648	17,774	20,188
184,215	208,926	236,988	268,855	305,045

Elaborado por: Autora.
Fuente SENPLADES

1.1.21 Demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha según Orjuela y Sandoval (2002) es “cuando la demanda es mayor a la oferta, esto se define a la misma como un primer acercamiento hacia la factibilidad del mercado.”

La demanda insatisfecha es aquella que no es cubierta, puede darse por distintas circunstancias por la dificultad de acceder al bien o servicio, localización, los costos no son accesibles; por otro lado, que el producto o servicio no logra satisfacer las expectativas del consumidor.

3.5 Análisis de la Oferta

Los bienes y servicios que en conjunto la empresa está dispuesta a vender en un determinado precio con respecto al mercado.

En la actualidad en La Carolina no se encuentra empresas que brinden el servicio de fotografía para mascota, por lo que es una idea innovadora y potencialmente factible ya que es un mercado virgen.

Dentro del Distrito Metropolitano de Quito si encontramos competencia directa es por parte del fotógrafo Jonathan Echeverria con su empresa “NUO Fotografía de Mascota”; quien es fotógrafo de mascotas en Quito y el Valle, no cuenta con un estudio en un lugar específico ya que su forma de contacto es a través del celular y toma en cuenta el espacio en la que el cliente desea que se tome las fotografías.

3.6 Análisis del Precio

Los precios con los que se va a trabajar serán los que se ofertan dentro del mercado de fotografía de mascotas, destacando la calidad de servicio que este a la altura de los clientes; se tomara como referencia los precios de los centros fotográficos más los precios que se maneja el competidor directo que es NUO.

Los precios que maneja NUO Fotografía de Mascota son los siguientes:

Tabla 19 Precios NUO Fotografía de Mascotas

NUO Fotografía de Mascota	
Mini Sesión	\$ 40.00
Sesión Básica	\$ 60.00
Sesión Estándar	\$ 80.00
Sesión Premium	\$ 110.00

Elaborado por: Autora
 Tomado de <https://www.buenplan.com.ec/61vento/sesi-n-fotogr-fica-verano-con-mascotas-680>

Tabla 20 Precios Chiis Fotografía

Chiis Fotografía	
Recuerdo mi dulce espera	\$ 89.00
Sesión Full	\$ 159.00
Sesión Pre - mamá	\$ 219.00
Sesión Pre-mami	\$ 129.00
Papitos con Bebé	\$ 269.00

Elaborado por: Autora
 Tomado de <https://www.chiisfotografia.com/embarazada>

En base a estas referencias se considerará los precios y a los materiales para que el producto final tenga el resultado esperado.

3.7 Estrategia de Comercialización

1.1.22 Marketing mix.

9.1.1.1 Producto (características y funciones)

Se ofertará el servicio de fotografías exclusivas para las mascotas con el fin de fortalecer la relación amo – mascota y tener un recuerdo tangible.

Características de la fotografía

La fotografía es una imagen duradera en el transcurso del tiempo consiste en plasmar un momento determinado de lo visible a través de la cámara en la impresión física, es un

producto tangible, sin movimiento, se utilizan recursos digitales, con el avance tecnológico la fotografía se la puede tener también en un formato digital como el CD's o Flash Memory si bien con el pasar de los años los materiales van innovándose mejorando la calidad y por lo tanto nitidez de la imagen será única.

Características de un estudio fotográfico

Un estudio fotográfico es una habitación, tiene diferentes espacios como ya se mencionó anteriormente el primero donde se la toma de fotografías, sección de edición, la muestra del trabajo y el recibimiento de los clientes. Este espacio debe ser grande y acoplado con todas las herramientas para brindar un resultado único al consumidor

Es el espacio exclusivo de trabajo para tener un mejor efecto la habitación de estar pintada de blanco, con una abundante iluminación con el fin de brindar una alternativa al cliente tanto en los interiores como exteriores se manejará accesorios de fácil transportación.

Las sesiones fotográficas son diferentes y comprometen la imaginación del fotógrafo más todas sus herramienta e insumos para estar a disposición de un cambio repentino para lograr resultados profesionales en cada sesión.

Características del servicio

Las fotografías de mascotas serán un recuerdo donde se dará por sentado el afecto que se tiene por la mascota, el servicio que se brinda es de calidad y único porque será un lugar exclusivo para mascotas. Se contará con un fotógrafo profesional que garantice un excelente trabajo final.

Producción fotográfica

La producción fotográfica se puede decir en forma general que es el proceso por el que se realizan una sucesión de trabajos para construir un resultado. Tomar una foto no es solo oprimir el botón de una cámara es un proceso inherentemente sobre los momentos de creatividad y originalidad, éstos teniendo en cuenta el lenguaje visual, realce, brillo, ángulo, limpieza.

Fases de la producción Fotográfica

1. Planificación

Esta primera etapa es la producción fotográfica. Se establecen los recursos que se utilizarán. El listado de lo que se requiere y necesita, después del contrato se fija horarios y precios para generar el presupuesto para respectiva sesión fotográfica, se prepara preparan toda la logística y planifican la sesión o el evento.

- Set para utilizar o locación
- Equipo para recrear un ambiente si fuese necesario
- Modelo
- Equipo de maquilladores.
- Vestuarios
- Ayudantes

Algo que no puede faltar es determinar un contrato para evitar malentendidos o problemas futuros.

2. Realización de la sesión

Esta fase es la preproducción o planificación es el momento de acción.

Para no tener contratiempos ya se debe tener claro lo que se va a realizar, todas las herramientas a la mano porque se cumple con lo que se estableció en la primera fase.

En esta fase de producción el fotógrafo debe tener todo ya planificado y siempre tener alternativas en el caso de que suscite algún imprevisto; mantener el gusto y profesionalismo al momento de efectuar las fotografías es algo primordial ya que la fotografía es un arte donde se expresa tal pasión.

Es la esperada sesión fotográfica, donde se aplica lo planificado, es importante tomar en cuenta lo siguiente:

Antes de empezar la sesión se recapitula lo que se tiene en mente, crear un pequeño ensayo de lo que se requiere y tenerlo en la mente para no desenfocarse.

Si las directrices ya están establecidas los accesorios son un implemento para marcar el momento.

La fotografía en la interior crea mayor número de condiciones y facilidad porque se tiene el control de los elementos de iluminación para las tomas sin sombra.

3. Edición y Postproducción

Una de las claves para la correcta postproducción fotográfica es la planificación; la última fase exclusivamente se dedicará a terminar el proyecto que se te tiene. Requiere de preparación y preferencias del cliente para la selección de las fotos.

Es el último momento en la cual se pone a flote las habilidades de edición del profesional.

El retoque de las imperfecciones se las realiza antes de exponer al cliente el producto final.

Un buen trabajo asegura la relación a futuro con los clientes siendo esta nuestra satisfacción como empresa.

Paquetes de Fotografía

Fotografía en Estudio.

Flash Session**Opción 1**

1 fotografía de 20cm x 30cm

8 fotografías de 10cm x 15cm

Opción 2

1 fotografía revelada en retablo de 20 x 30

2 fotografía revelada en retablo de 15 x 21

2 fotografía revelada en papel Premium de 13 x 18

La sesión dura 2 horas (una hora para la preparación de la mascota) Con un precio de \$39.99

Ilustración 26Ejemplar de Fast Session.



Tomado de Google

Cooper Session

Es una sesión más tranquila en la que fotografía a la mascota ya con un tiempo previo de hasta 1 semana antes de la sesión para enmarcar sus costumbres e ir adaptándose con la mascota, para el momento de la sesión estar en confianza.

Ilustración 27 Ejemplar de Cooper Session



Tomado de Imágenes Google.

Ilustración 28 Ejemplar de Cooper Session



Tomado de Imágenes Google.

La sesión incluye:

Cepillado básico, vestuario mínimo, adornos, juguetes.

Fotografía en exterior e interior.

1 fotografía revelada en retablo de 20 x 30

1 fotografía revelada en retablo de 15 x 21

6 fotografía revelada en papel Premium de 13 x 18

La sesión dura 3 horas (una hora para el cepillado y arreglo de la mascota)

Con un precio de \$100

Silver Session.

Es una sesión más tranquila en la que se fotografía a la mascota, esta sesión siempre está disponible hasta con 2 semanas antes para escoger el lugar externo, crear el vínculo de confianza en base a la adaptación con la mascota, para el momento de la sesión estar preparado.

Ilustración 29 Ejemplar de Silver Session



Tomado de Imágenes Google

Ilustración 30 Ejemplar de Silver Session



Tomado de Imágenes Google.

La sesión incluye:

Cepillado, vestuario (1 atuendo para la sesión), adornos, juguetes y comida.

Fotografía en exterior e interior de estudio.

2 fotografía revelada en retablo de 30 x 30

4 fotografía revelada en retablo de 15 x 21

8 fotografía revelada en papel Premium de 13 x 18 en un álbum

1 galería online disponible en nuestra cuenta de Instagram.

La sesión dura 3 horas (una hora para el cepillado y arreglo de la mascota)

Con un precio de \$139

Golden Session

La sesión está siempre disponible y los animales pueden disfrutar completamente la experiencia PRE-FOTOGRAFICA que ofrece la empresa. Con varios cambios de vestuario.

Ilustración 31 Ejemplar de Golden Session



Tomado de Imágenes Google.

Ilustración 32 Ejemplar de Golden Session



Tomado de Imágenes Google.

Ilustración 33 Ejemplar de Golden Session



Tomado de Imágenes Google.

La sesión incluye:

Cepillado, corte, vestuario (2 vestuarios para la sesión 2 acompañantes), adornos, cadenas, collares y comida.

Fotografía en exterior e interior, de estudio.

2 fotografía revelada en retablo de 30 x 40

8 fotografía revelada en retablo de 15 x 21

12 fotografía revelada en papel Premium de 13 x 18 en un álbum.

Galería online disponible en nuestra cuenta de Instagram.

2 vestuarios a elección del cliente para variar el vestuario en la sesión.

La sesión dura 4 horas (una hora para el cepillado y corte)

Con un precio de \$199

Todas las fotografías elegidas de la sesión serán editadas y con la máxima calidad.

Descuento en la siguiente sesión un referido.

10.1.1.1 Precio

Los precios que se van a ofertar serán muy similares a los que se encuentra en el mercado de la fotografía, con un excelente servicio, calidad en el producto final y llenar con altura las expectativas de cada uno de nuestros clientes.

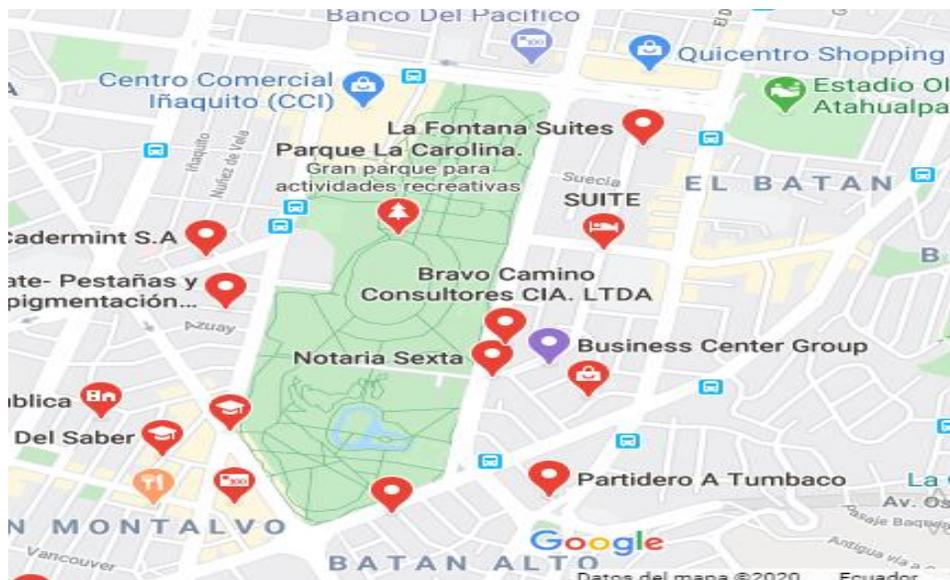
En cuanto al precio se incluye todos los costos relacionados con el giro del negocio como gastos administrativos con el fin de mantener una estabilidad en precios.

Para ello se realizará un portafolio con paquetes de fotos con varias alternativas al alcance de todos los clientes. Eso quiere decir que se tendrá un ingreso variable según la cantidad de sesiones fotográficas que se realicen.

11.1.1.1 Plaza

El estudio fotográfico estará localizado en la parroquia Ñaquito en el sector norte de Quito exactamente en el sector de La Carolina donde se manejará toda la producción y edición de la sesión fotográfica y por ende será en espacio físico de trabajo.

Ilustración 34 Ubicación Geográfica de Iñaquito



Tomado de Google Maps

12.1.1.1 Promoción

Se ubicarán stands en lugares de concurrencia masiva, como centros comerciales, supermercados entre otros, con la finalidad de realizar la presentación del servicio, la misma que estará direccionada tanto al cliente como al consumidor.

El canal de comercialización que se utilizará en la mayoría de los trabajos es directo pues el servicio se hace directamente con el cliente. Se toman las fotos, los archivos en bruto entran a un proceso de edición y coloreado para al final llevarlas al revelado y entregar el archivo final de manera directa a en el local físico o a domicilio dependiendo de lo pactado en el contrato.

Ilustración 35 Entrega de Fotografías a Domicilio



Tomado de imágenes Google.

Ilustración 36 Entrega de fotografía en estudio



Tomado de imágenes Google.

Logística de ventas.

Para redundar en la calidad del servicio se propone generar un proceso para ventas es decir generar un protocolo de ventas que nos ayude a mejorar el aspecto de captación de clientes y la facilidad para realizar las compras y los pagos de estas. Evitar el papeleo excesivo es imperativo e impulsar el uso de transferencias bancarias y nuevas tecnologías como dinero electrónico.

Ilustración 37 Atención al cliente



Tomado de imágenes Google

Dinero electrónico o transferencia

Ilustración 38 Dinero Virtual



Tomado de Imágenes Google

Comunicación a través de canales virtuales como son las redes sociales como: Facebook, WhatsApp e Instagram.

Ilustración 39 Canales Virtuales.



Tomado de Imágenes Google

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL

4. Estudio Técnico, Administrativo, Ambiental

4.1 Localización del Proyecto

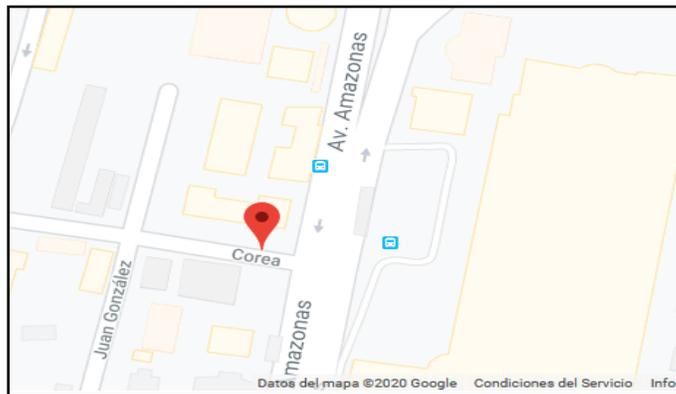
1.1.23 Ubicación geográfica del proyecto.

La ubicación del proyecto contribuye a que el proyecto tenga la rentabilidad esperada en su lugar físico, en el caso del proyecto se va a contar con el estudio, el mismo que será el centro de producción de las fotografías.

Se localizará en la parroquia Iñaquito sector La Carolina en las calles Corea y Amazonas, frente al Centro Comercial Iñaquito; la parroquia se encuentra en el centro norte de la capital, limitado al norte por los distritos de El Inca y Chaupicruz, al este con los de Miravalle y Cumbayá, cuenta con el 6% de espacios verdes como son el parque “La Carolina” y el “Bulevar Mariana de Jesús”; es uno de los distritos financieros más importantes y considerada uno de los sectores comerciales por la variedad de actividades que se realizan en el sector y concentra la población con mejores ingresos de la Capital.

1.1.24 Localización gráfica del proyecto.

Ilustración 40 Localización Geográfica del proyecto.



Elaborado por: Autora

Tomado de Google Maps

1.1.25 Localización de consumidores.

El factor de cercanía que va a tener el consumidor es importante porque la movilización va a ser más rápida e influirá de forma indirecta en su decisión de consumo.

La ventaja del negocio que se encuentra rodeado de edificios residenciales, por ende, los consumidores se encuentran localizados en calles aledañas como son la Unión Nacional, Amazonas, Juan González; otros consumidores son los visitantes del Parque “La Carolina”

1.1.26 Localización de proveedores.

Al estar ubicados en una zona comercial los proveedores se encuentran cercanos y en el caso de necesitar reposición de producto va a ser de forma inmediata.

Por mencionar algunos en el Centro Comercial Iñaquito en la entrada de la calle Amazonas contamos con un Centro donde vende el papel fotografía otros insumos, ABFOTO que se ubica en la Av. 6 de Diciembre quien es proveedor de repuesto de cámaras profesionales, asistencia personalizada, servicio técnico de APPLE, reparación y mantenimiento,

restauración y digitalización, limpieza de sensores entre otros servicios, en Quito si existen proveedores de materiales fotográficos que se ubican alrededor; facilitando el acceso a los materiales que deben estar listos al momento de la sesión fotográfica.

Dentro de la Sesión Gold se le da un plus con el servicio de peluquería para la mascota, al ser un servicio externo se busca proveedores que si hay en los alrededores como Sexy Can Peluquería Canina, Amores Peluditos, Peluquería Superanimalitos con los que se trabajara para complementar lo ofertado.

4.2 Tamaño del Proyecto

1.1.27 Capacidad instalada.

La capacidad del proyecto será de 16 sesiones por cada mes y 4 sesiones por semana, la idea es realizar un trabajo de calidad, con la publicación del trabajo en redes sociales ir poco a poco incrementando el número de sesiones, con disponibilidad todos los días en horarios de 6:00h hasta las 20:00h con el fin de brindar variedad y el tiempo correspondiente a cada cliente, en el espacio interno del estudio fotográfico y externo.

Tabla 21 Capacidad Instalada por sesión fotográfica.

SESIÓN	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	TOTAL
Flash Session.	3	2	3	2	16
Cooper Session.		1		1	
Silver Session.		1	1		
Golden Session	1			1	

Elaborado por: Autora

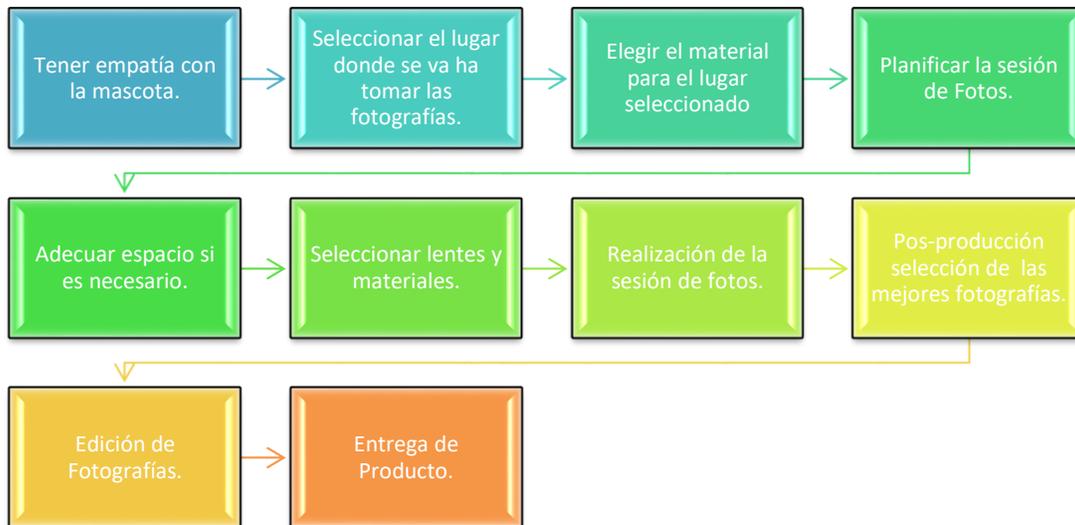
Al iniciar el proyecto el personal con el que se va a contar son 2 personas y de planta fija que son:

Fotógrafo: la persona en cargada de realizar y editar las fotografías.

Administrador: Persona encargada de toda la guía del negocio.

Al ser ya contratado el servicio fotográfico se procede:

Ilustración 41 Descripción de procesos para todas las sesiones fotográficas.



Elaborado por: Autora

Croquis de la infraestructura

Ilustración 42 Infraestructura del local.



Elaborado por: Autora

1.1.28 Financiamiento del proyecto.

El capital para el financiamiento del proyecto será al 100% por un crédito a la entidad financiera BanEcuador, quien a comparación de las otras entidades financieras maneja una tasa nominal de 15.30% y una tasa efectiva de 16.42% por un microcrédito a 24 meses plazos. El mismo que es el más competitivo entre las entidades financieras como Banco Pichincha, Solidario.

Ilustración 43 Cargo por Tipo de crédito

MICROCRÉDITO - COMERCIAL Y SERVICIOS										
24 MESES	\$	5,000.00	15.30%	16.42%	\$	272.08	\$	796.88	\$	5,796.88

Tomado de BanEcuador <https://www.banecuador.fin.ec/tasas-de-interes/>

1.1.29 Disponibilidad de insumos.

Para la empresa los insumos más importantes son los fotográficos como el

- Ordenador Mac Pro

- Cámaras profesionales
- Kit de iluminación
- Kit de Fondos: los diferentes fondos para recrear imágenes.
- Rebotador de fotografía
- Cortapicos y extensiones: Para conectar los diferentes equipos.
- Papel fotográfico

Ilustración 44 Insumos Fotográficos



Elaborado por Autora

Impresora de fotografías

Ilustración 45 Impresora



Tomado de Google Maps

Entre otros insumos que se utilizaran de forma suntuaria se cuenta con los productos de limpieza que se los repone cada vez que se terminen, los cepillos para el pelaje de la mascota en el caso de requerir.

Ilustración 46 Accesorios de Mascotas



Tomado de Google.

Por otro lado, los insumos de oficina como son sillas para la sala de espera, un escritorio, basurero e insumos de oficina. Todos los insumos se los adquiere de forma inmediata en los locales ubicados en el alrededor del local.

1.1.30 Disponibilidad de mano de obra.

En la ciudad de Quito si se cuenta con profesionales de la fotografía, el ámbito es un área con mucho potencial, pero con pocas oportunidades; lo importante es revisar el portafolio de cada fotógrafo; para ver la calidad de trabajo que tiene y de esta manera escoger al mejor.

La página web StarOfService cuenta con 1113 registros de fotógrafos profesionales en los cuales a través de una serie de pasos puede ponerse en contacto y optar por los servicios de expertos que cumpla las expectativas que se busca.

Ilustración 47 Sitio Web de Fotógrafos.



Tomado de https://www.starofservice.ec/dir/pichincha/quito/quito/fotografia#_

1.1.31 Disponibilidad de tecnología.

Las oportunidades que ofrece la evolución tecnológica a la fotografía son ventajas para presentar un trabajo de calidad, como se dice una imagen vale más que mil palabras. El factor primordial son todos los equipos antes mencionados (cámaras, lentes, kits de iluminación, entre otros) los mismos que responden a las condiciones de una buena fotografía, para el desarrollo del trabajo es necesario un buen internet, el que permita el acceso a los distintos programas de edición.

El Photoshop es una de las herramientas tecnológicas más utilizadas que agiliza el trabajo del profesional e impulsan la creatividad al momento de realizar diseños extraordinarios entre los programas utilizados destacan los siguientes:

Tabla 22 Programas de Edición Fotográfica

PROGRAMAS DE EDICIÓN DE FOTOGRAFÍA	
Adobe Photoshop	Canva
GIMP-logo1502. The GIMP	PicMonkey
Pixelmator	Pixlr
Paintshop pro	PhotoPlus6
PhotoScape	PEasel.ly
Paint.net	Infogra.m
Ribbet	Visual.ly

Elaborado por: Autora

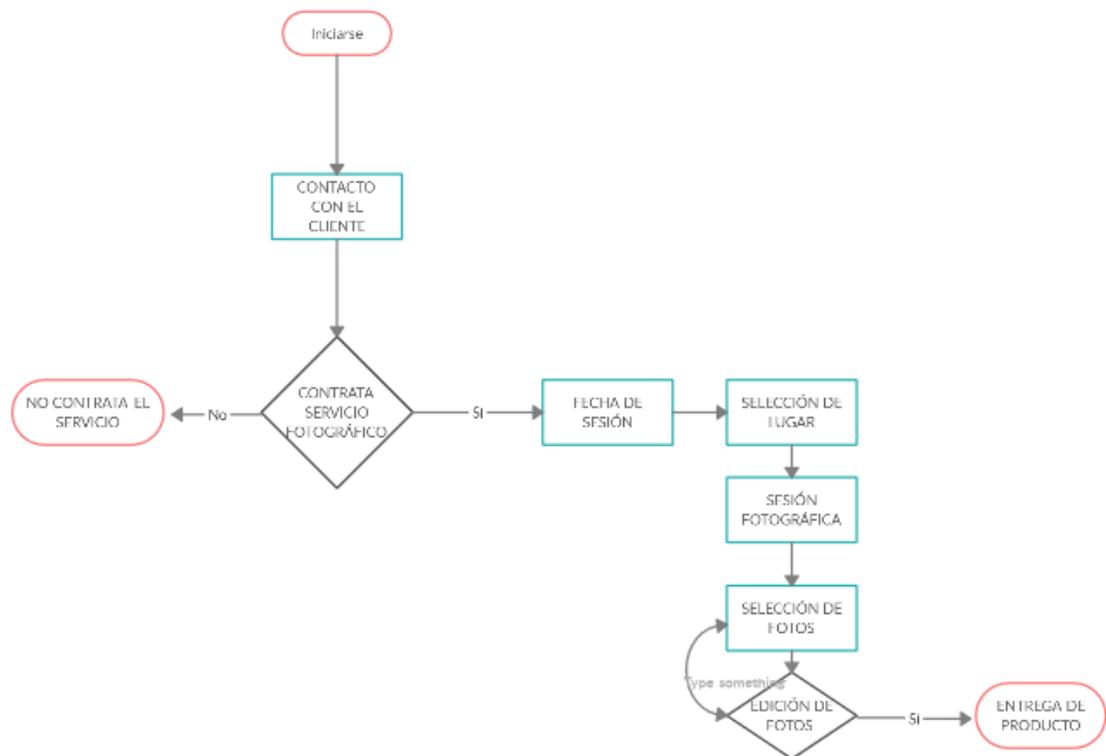
Todos estos son programas de edición que bien utilizados, brindan al consumidor un trabajo de alta calidad para el consumidor, brindando efectos y retoques únicos para que la fotografía sea un verdadero arte.

4.3 Proceso de Servicio

1.1.32 Diagrama de flujo.

Diagrama de flujo para todas las sesiones que se ofrecen al cliente ya que la variación se da únicamente por los tiempos que se utilizan.

Ilustración 48 Diagrama de flujo del servicio de fotografía para mascotas.



Elaborado por: Autora

1.1.33 Descripción de cada proceso.

Se inicia con el saludo respectivo para mantener la atención del cliente.

Se indica el portafolio de servicios y los costos de cada una de las sesiones para que elija la de su preferencia.

Después del contacto que se tiene con el cliente, para tener una fotografía como una representación artística se debe realizar los siguientes pasos:

Preproducción

La misma que abarca todos los preparativos antes de la sesión de fotografía, como es conocer a la mascota para tener empatía y hacer más amigable la relación.

Seleccionar el lugar donde el cliente desea tomar las fotografías para escoger las mejores poses de la mascota ya sea en un espacio externo o interno, con el debido asesoramiento por el fotógrafo.

En el caso de trabajar en el interior del estudio o exterior se seleccionará los accesorios y materiales acordes con los que se va a trabajar como la cámara, lentes, reflectores, pantallas de fotografía entre otros.

Planificación

Al ya tener todo listo para la sesión se elige una hora y fecha para planear la sesión de las mascotas.

Tener ya listo los lentes y materiales de apoyo para cada una de las tomas.

Realizar la sesión de fotos.

Post - producción

Después de realizada la sesión de fotos se trabaja directamente con el dueño de la mascota porque seleccionará las fotografías que sean de su agrado.

Editar las fotografías para resaltar el arte y belleza de cada mascota y de esta manera sobrepasar las expectativas del cliente.

Por último, entrega del producto al cliente en su dirección de preferencia.

4.4 Constitución del Negocio

1.1.34 Registro tributario.

Para establecer las obligaciones tributarias y ejercer la actividad comercial como persona natural los requisitos para el RUC son:

- Cédula de Identidad o Pasaporte (Extranjero)
- Papeleta de votación
- Actividad económica que se va a realizar (M7420 Fotografía)
- Original y copia de algún servicio básico donde se va a realizar la actividad comercial.
- Contrato de arrendamiento emitido por el arrendador con fecha de inscripción.
- Tomar un turno en SRI y registrarse

Fuente <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

1.1.35 Permisos municipales.

La obtención de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito es primordial para mantener la actividad económica.

Requisitos Obligatorios:

- Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).

- Cédula original del titular o Representante legal.
- Papeleta de votación vigente
- RUC original o copia.
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- En el caso de no ser dueño del local la autorización notariada por el del dueño del predio.
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad.

Fuente: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Aprende.aspx#info>

1.1.36 Permisos Cuerpo de Bomberos.

Este documento avala que el local está en las condiciones óptimas de seguridad en el caso de un siniestro o catástrofe con las respectivas señaléticas de evacuación, extintores entre otros.

- Informe de Inspección
- Copia Cédula de Identidad del representante
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Fuente Cuerpo de Bomberos <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>

4.5 Filosofía Empresarial

1.1.37 Misión.

Promover el mundo de la fotografía profesional para mascotas, captando los mejores momentos cumpliendo así, las expectativas de nuestros clientes con un servicio personalizado y de calidad.

1.1.38 Visión.

En tres años ser reconocidos en el Distrito Metropolitano de Quito por la innovación, creatividad y desarrollo del servicio de fotografía para mascotas domésticas, satisfaciendo las nuevas tendencias.

1.1.39 Políticas

- Mantener capacitado al personal.
- Satisfacer las expectativas del cliente
- Fomentar el trabajo en equipo, para crear un entorno de paz y buenas energías que se transmitirán al cliente.
- La lista de precios será visible en las redes sociales y local.
- Detalle de las características de cada servicio que se ofrece.
- Precios de cada servicio a ofertar.
- Portafolio donde el cliente evidencie la calidad de trabajo.
- Si reserva su sesión fotográfica se lo hace con 72 horas de anticipación.
- A 24 horas de la sesión se socializará con la mascota para ganar cierta afinidad.
- El cobro se lo realizara en primera instancia el 50% como anticipo y reserva del servicio; al finalizar la sesión y entregar el producto el 50% restante.

- Si la cancelación es con efectivo recibe un 10% de descuento.
- Si el cliente cancela a través de tarjeta de crédito y débito se le sumara el interés que el banco genera por el cobro.
- Se aceptará transferencia bancaria y pago con cheque con 48 horas de anticipación para validar el pago.
- Si después de cancelado el servicio, el cliente realiza una modificación de fecha y hora no habrá ningún tipo de reembolso.
- Es prohibido que se acepte algún tipo de regalo por parte del cliente.
- Todo lo que se vaya a comprar se lo debe registrar con anticipación, para validar si la compra es necesaria.
- Las entregas a domicilio se las realizará en 24horas y hasta 48 horas dependiendo la demanda existente.
- Desarrollar relaciones con proveedores para obtener beneficios que cumplan los estándares de calidad.
- Si se llega a un acuerdo con el proveedor se lo debe registrar como constancia de lo pactado.
- Agilidad en las compras de forma transparente.
- Toda compra debe estar con su factura o nota de venta.
- Si se realiza una compra o adquisición el pago es de inmediato y se tendrá como respaldo el respectivo recibo.

1.1.40 Valores empresariales

Honestidad

Nos basamos en la sinceridad y coherencia velando las acciones que realizamos en cada momento.

Integridad

Nos guiamos en hacer lo que ofrecemos y decimos, cumpliendo con lo pactado.

Eficiencia

Utilizar de forma adecuada los recursos que disponemos para alcanzar el objetivo propuesto.

Creatividad:

Se busca ideas innovadoras para satisfacer la necesidad cambiante del cliente.

Pasión:

Mantener esa energía positiva y gusto por lo que uno hace, mantiene una armonía en el entorno.

Lealtad:

Ser recíprocos con la confianza que se brinda como compromiso y respeto a la empresa.

Excelencia:

Satisfacer al cliente con actitud positiva y proactividad ante sus necesidades.

Diversidad:

Nos regimos a varios entornos ambientales y no nos mantendremos en una sola, respetaremos lo que pida el cliente.

Responsabilidad

Se entiende como el cumplimiento debidamente de las funciones y asumir las consecuencias de las decisiones que se toman.

4.6 Análisis de viabilidad ambiental

“El planeta en el que vivimos es la mayor obra de arte que existe, por lo tanto, debemos cuidarla si queremos seguir viviendo en ella.” (Toma lo Tuyo, 2019)

El proyecto al ser parte de la era digital no cuenta con materiales orgánicos ni reciclados porque todo está a la vanguardia por ejemplo la cámara, la computadora, impresora entre otras no se puede suplantar, pero si se buscara trabajar con productos biodegradables.

En el caso de que se dañen la impresión tomándolo como ejemplo; tocara repetir la impresión del producto, el papel se lo reciclara para la venta a las personas que utilicen, en algunos casos realizan adornos del papel de fotografía.

Por otro lado, la utilización de flashes en la toma de fotografía para animales no se utilizará, aunque no existan estudios donde ratifican que este instrumento hace que el animal se estrese y adopte comportamientos fuera de lo normal queda en la ética de cada fotógrafo.

Al realizar el trabajo con las mascotas domesticas las cuales tienen diferentes comportamientos es importante conservar esa naturalidad por ello "(...) recae en la ética de cada fotógrafo de naturaleza el "uso de buenas prácticas", para no dañar el comportamiento o lastimar a los animales." (Serrano Esguerra, 2019)

Las sesiones que sean en el exterior del Estudio Fotográfico serán en espacios donde el fotógrafo aplique su responsabilidad por ejemplo no cortar las flores y dejar el entorno tal lo encontró.

Expuesto que en la fotografía ser parte de la era tecnológica si tiene impacto con el ambiente, pero por ello en los procesos que estén al alcance se usara productos reciclados y a su vez se reciclara, de esta manera trabajar para conservar nuestro ambiente.

Se tomará recomendaciones de bioseguridad virtual que maneja un el Código ético de la fotografía en la naturaleza¹ donde se detallan lo que se debe hacer para conservar el entorno; y de esta manera validar que pese a ser un proyecto inmiscuido en la tecnología si existen otras alternativas con las que se puede aportar a la conservación del medio ambiente.

¹ Para más detalles revisarlo Código de Bioseguridad Virtual <https://www.biodiversidadvirtual.org/taxofoto/c%C3%B3digo-%C3%A9tico-de-la-fotograf%C3%AD-en-la-naturaleza>

CAPITULO IV

ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERO

5. Estudio y Evaluación Financiero

5.1 Inversión – Capital de trabajo

Para el desarrollo del estudio y evaluación financiera del presente estudio de factibilidad para determinar la viabilidad y sostenibilidad financiera así la rentabilidad de esta.

5.2 Presupuesto de activos fijos

A continuación, se presenta la tabla N°23, en la que se detalla los requerimientos de activos fijos para la parte productiva y administrativa del centro fotográfico para mascotas domésticas que se establecerá en el sector “La Carolina” en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 23 Presupuesto de activos fijos del centro fotográfico para mascotas domésticas.

CONCEPTO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	
Silla Giratoria De Oficina Hogar Con Malla Cómoda Ergonómica	\$ 99.98
Escritorio De Trabajo Modelo En L Para oficina	\$ 199.00
Silla De Espera Fija, Oficina cromada.	\$ 36.00
Total, Muebles y Enseres	\$ 334.98
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Computadora iMac De Escritorio	\$ 780.00
Impresora Fotográfica Fotos Epson Pm525 Wifi Portable	\$ 239.99
Laptop Hp Intel Core I5 10ma Generacion Ssd Nueva I7	\$ 675.49
Impresora Epson	\$ 79.00
Total, Equipos de Computación	\$ 1,774.48
EQUIPOS DE OFICINA	
Teléfono Ip Grandstream Gxp1610 Para Oficina	\$ 42.50
Total, Equipos de oficina	\$ 42.50
EQUIPOS FOTOGRAFICOS	
Cámara fotográfica profesional	\$ 2,400.00
Trípode Profesional Aluminio Con Forro	\$ 149.97
Oster Cafetera 12 Tz Filtro Permanente	\$ 29.99
Luces Para Fotografía	\$ 169.99
Rebotador Luz 5 En 1 60cm Cámara Fotografía	\$ 39.99
Paraguas Sombrilla Godox Translucido 185cm Fotografía	\$ 135.00
Kit De Fondos Background Fotografía Cámara Y Video	\$ 249.00
Total, Equipos Fotográficos	\$ 3,173.94

TOTAL, PRESUPUESTO ACTIVOS FIJOS	\$ 5,325.90
---	--------------------

Elaborado por: Autora

Fuente: www.mercadolibreecuador.ec

5.3 Presupuesto de activos diferidos

Es la inversión que no se cuantifica físicamente, es de utilidad para la empresa porque en ella se detallan los gastos de constitución como se detalla en la tabla 2 de Presupuestos diferidos.

Tabla 24 Presupuesto de Activos Diferidos

Concepto	Valor
Obtención de RUC	\$ 20.00
Patente Municipal	\$ 20.00
LUAE	-
Permiso Cuerpo de Bomberos	\$ 20.00
TOTAL, CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO	\$ 60.00

Elaborado por: Autora

5.4 Inversión en Capital de Trabajo

La inversión que se requiere para el proyecto se detalla en la tabla N°25, con ello se determinara en perfecto funcionamiento de esta.

Tabla 25 Capital de trabajo del Centro Fotográfico para mascotas domésticas.

Concepto		Valor
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 15,485.17
Sueldos y salarios	\$ 8117.42	
Materia Prima	\$ 6786.99	
Servicio de internet	\$ 294	
Energía Eléctrica	\$ 286.75	
Suministro agua potable	\$ 72	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 6,772.12
Sueldos administrativos	\$ 6,387.84	
Servicio de internet	\$ 147.00	
Energía Eléctrica	\$ 71.69	
Telefonía	\$ 93.60	
Suministro agua potable	\$ 72.00	
Papelería de oficina	\$ 45.00	
GASTOS DE VENTAS		\$ 660.90
Gastos de ventas	\$ 660.90	
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO ANUAL		\$ 22,918.19

Elaborado por: Autora

5.5 Financiamiento de la Inversión

Se detalla en la tabla N°26 el valor total de la inversión que se requiere para el funcionamiento del Centro Fotográfico para mascotas domésticas.

Tabla 26 Inversión del centro fotográfico para mascotas domésticas.

INVERSIONES	DÓLARES	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS	\$ 5,325.90	19%
Muebles y Enseres	\$ 334.98	1.18%
Equipos de Computación	\$ 1,774.48	6.27%
Equipos de Oficina	\$ 42.50	0.15%
Equipos Fotográficos	\$ 3,173.94	11.21%
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 60.00	
Obtención de RUC	\$ 20.00	0.07%
Patente Municipal	\$ 20.00	0.07%
LUAE	\$ -	0.00%
Permiso Cuerpo de Bomberos	\$ 20.00	0.07%
CAPITAL	\$ 22,918.19	
Capital de Trabajo año 1	\$ 22,918.19	80.97%
TOTAL, INVERSIONES	\$ 28,304.09	100.00%

Elaborado por: Autora

Para iniciar el funcionamiento del Centro Fotográfico para mascotas domésticas el financiamiento será el 100%, se realizará un crédito en Banco Pichincha por \$28304.00 a 60 meses plazo y un interés de 11.83%, lo detallo a continuación:

Tabla 27 Estado de Fuentes y Usos de Recursos

RUBROS DE INVERSIÓN	USOS DE FONDOS	100%	0%
		FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS TERCEROS	RECURSOS PROPIOS
ACTIVOS FIJOS	\$ 5,325.90	\$ 5,325.90	
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 60.00	\$ 60.00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22,918.19	\$ 22,918.19	
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 28,304	\$ 28,304.09	0.00

Elaborador por: Autora

Tabla 28 Estructura de Financiamiento

FUENTES	VALOR	%
Recursos terceros	28,304	100%

Elaborador por: Autora

Ilustración 49 Estructura de Financiamiento



Elaborado por: Autora

Tabla 29 Datos de crédito con Banco Pichincha.

Monto del crédito	\$ 28304,00
Plazo	60 meses
Tasa de interés efectiva	11,83%
Cuota	\$ 618.65

Elaborado por: Autora

Tabla 30 Tabla de amortización de la deuda.

AÑO	DEUDA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
1	28304.00	3004.50	4495.77	7818.76	23808.23
2	23808.23	2536.72	5014.82	7818.76	18793.41
3	18793.41	1957.74	5593.80	7818.76	13199.61
4	13199.61	1311.92	6239.62	7818.76	6959.99
5	6959.99	591.54	6959.99	7818.76	0.00

Fuente:

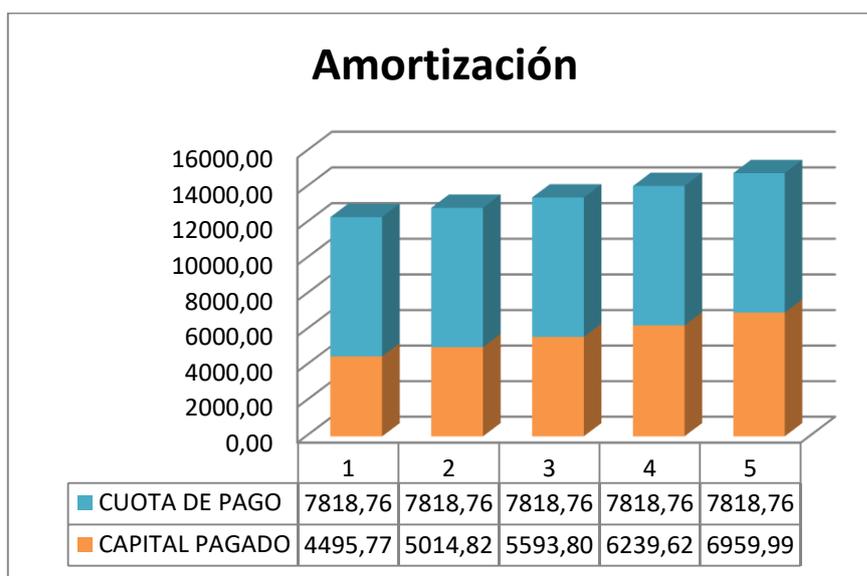
Banco

Pichincha,

<https://www.pichincha.com/portal/simuladores/creditos>

Elaborado por: Autora

Ilustración 50 Tabla de amortización de la deuda.



Elaborado por: Autora

5.6 Proyección de costos, gastos e inversión

4.3.1. Costos y gastos del proyecto

A continuación, se detalla en Tabla N° 31, Proyección de costos y gastos del proyecto, que se requiere la llevar a cabo el emprendimiento de un centro fotográfico para mascotas domésticas.

Tabla 31 Proyección de costos y gastos del proyecto

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%
<u>COSTOS DE PRODUCCION</u>					
Sueldos y salarios	\$ 8,117.43	\$ 8,163.54	\$ 8,209.90	\$ 8,256.54	\$ 8,303.43
Materia Prima	\$ 6,786.99	\$ 9,391.94	\$ 9,586.97	\$ 9,786.04	\$ 9,989.25
Depreciaciones	\$ 1,346.34	\$ 1,346.34	\$ 1,346.34	\$ -	\$ -
Servicio de internet	\$ 294.00	\$ 295.67	\$ 297.35	\$ 299.04	\$ 300.74
Energía Eléctrica	\$ 286.75	\$ 288.38	\$ 290.02	\$ 291.67	\$ 293.32
Suministro agua potable	\$ 72.00	\$ 72.41	\$ 72.82	\$ 73.23	\$ 73.65
SUBTOTAL	\$ 16,903.51	\$ 19,558.28	\$ 19,803.40	\$ 18,706.52	\$ 18,960.40
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>					
Sueldos administrativos	\$ 6,387.84	\$ 6,424.12	\$ 6,460.61	\$ 6,497.30	\$ 6,534.21
Amortizaciones	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
Depreciaciones	\$ 287.62	\$ 287.62	\$ 287.62	\$ 33.97	\$ 33.97
Servicio de internet	\$ 147.00	\$ 147.83	\$ 148.67	\$ 149.52	\$ 150.37
Energía Eléctrica	\$ 71.69	\$ 72.10	\$ 72.50	\$ 72.92	\$ 73.33
Telefonía	\$ 93.60	\$ 94.13	\$ 94.67	\$ 95.20	\$ 95.74
Suministro agua potable	\$ 72.00	\$ 72.41	\$ 72.82	\$ 73.23	\$ 73.65
Papelería de oficina	\$ 45.00	\$ 45.24	\$ 45.50	\$ 45.76	\$ 46.02
Arriendo	\$ 3,840.00	\$ 3,861.89	\$ 3,883.90	\$ 3,906.04	\$ 3,928.30
SUBTOTAL	\$ 4,269.29	\$ 4,293.60	\$ 4,318.07	\$ 4,342.67	\$ 4,367.42
<u>GASTOS DE VENTAS</u>					
Gastos de ventas	\$ 660.90	\$ 664.65	\$ 668.43	\$ 672.23	\$ 676.04
SUBTOTAL	\$ 660.90	\$ 664.65	\$ 668.43	\$ 672.23	\$ 676.04
<u>GASTOS DE FINANCIEROS</u>					
Gasto Intereses	\$ 3,004.50	\$ 2,536.72	\$ 1,957.74	\$ 1,311.92	\$ 591.54
TOTAL, DE COSTOS Y GASTOS	\$ 24,838.20	\$ 27,053.25	\$ 26,747.64	\$ 25,033.34	\$ 24,595.40

Elaborado por: Autora

1.1.41 Costos directos

El valor que se detalla en la tabla N°32 son los costos directos que tendrá el Centro Fotográfico para mascotas domésticas.

Tabla 32 Rol de personal de producción

Recurso Humano		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCCIÓN						
1	Diseñador y productor de fotografía	8.117,43	8.163,54	8.209,90	8.256,54	8.303,43
TOTAL		14.505,26	21.011,77	21.131,12	21.251,14	21.371,85
PRODUCCION		SUELDO MENSUAL		SUELDO ANUAL		
Diseñador y productor de fotografía		538,25		6.459,00		
Recurso Humano		Aport. Patronal 11,15%	Bono de Escolaridad 14 to	Bono Navideño 13 to	Provisión Anual	
Diseñador y productor de fotografía		720,18	400,00	538,25	1.658,43	

Elaborado por Autora

Tabla 33 Materia prima de Flash Session

Rubros	Unidad	Cantidad	Costo x unidad	Costo Total	Costo por mes	
Flash Session				\$ 8,98		
Tinta de impresora	ml	5,3	0,01	\$ 0,05		
Papel fotográfico 20cm x 30cm	Unidad	1	1,82	\$ 1,82	\$ 89,78	
Papel fotográfico 10cm x 15cm	Unidad	8	0,30	\$ 2,40		
Papel fotográfico 13cm x 18cm	Unidad	4	0,48	\$ 1,90		
Papel fotográfico 15cm x 21cm	Unidad	2	1,40	\$ 2,80		
Detalle		Proyección Anual				
		1	2	3	4	5
		2020	2021	2022	2023	2024
Producción proyectada		756	1.040	1.056	1.072	1.088
Costos		\$ 8,98	\$ 9,03	\$ 9,08	\$ 9,13	\$ 9,18
Costo total de MP		\$ 6.786,99	\$ 9.391,94	\$ 9.586,97	\$ 9.786,04	\$ 9.989,25

Elaborado por Autora

Tabla 34 Costos directos

Costos Directos	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	\$8,117.43	\$8,163.54	\$8,209.90	\$8,256.54	\$8,303.43
Materia Prima	\$6,786.99	\$9,391.94	\$9,586.97	\$9,786.04	\$9,989.25
TOTAL	\$14,904.42	\$17,555.48	\$17,796.87	\$18,042.58	\$18,292.69

Elaborado por: Autora

1.1.42 Costos indirectos

A continuación, se especifica en la tabla N°37 son los costos indirectos que tendrá el Centro Fotográfico para mascotas domésticas.

Tabla 35 Depreciación de activos

ACTIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Computadora iMac De Escritorio	\$252,20	\$252,20	252,20
Impresora Fotográfica Fotos Epson Pm525 Wifi Portable	\$77,60	\$77,60	\$77,60
Cámara fotográfica profesional	\$776,00	\$776,00	\$776,00
Trípode Profesional Aluminio Con Forro	\$48,49	\$48,49	\$48,49
Luces Para Fotografía	\$54,96	\$54,96	\$54,96
Rebotador Luz 5 En 1 60cm Cámara Fotografía	\$12,93	\$12,93	\$12,93
Paraguas Sombrilla Godox Translucido 185cm Fotografía	\$43,65	\$43,65	\$43,65
Kit De Fondos Background Fotografía Cámara Y Video	\$80,51	\$80,51	\$80,51
TOTAL	\$1.346,34	\$1.346,34	\$1.346,34

Elaborado por: Autora

Tabla 36 Servicios básicos

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	286,75	288,38	290,02	291,67	293,32	23,89	286,75
Agua Potable	72,00	72,41	72,82	73,23	73,65	6,00	72,00

Elaborado por: Autora

Tabla 37 Costos indirectos

Costos Indirectos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%
Depreciaciones	\$ 1,346.34	\$ 1,346.34	\$ 1,346.34		
Energía Eléctrica	\$ 286.75	\$ 288.38	\$ 290.02	\$ 291.67	\$ 293.32
Suministro agua potable	\$ 72.00	\$ 72.41	\$ 72.82	\$ 73.23	\$ 73.65
TOTAL	\$ 1,705.09	\$ 1,707.13	\$ 1,709.18	\$ 364.90	\$ 366.97

Elaborado por: Autora

1.1.43 Gastos administrativos

En la tabla N° 42 se procura detallar los gastos administrativos del Centro Fotográfico.

Tabla 38 Depreciaciones y Papelería y oficina

Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Silla Giratoria De Oficina Hogar Con Malla Cómoda Ergonómica	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Escritorio De Trabajo Modelo En L Para oficina	\$ 17,91	\$ 17,91	\$ 17,91	\$ 17,91	\$ 17,91
Silla De Espera Fija, Oficina cromada.	\$ 3,24	\$ 3,24	\$ 3,24	\$ 3,24	\$ 3,24
Laptop Hp Intel Core I5 10ma Generación Ssd Nueva I7	\$ 218,41	\$ 218,41	\$ 218,41		
Impresora Epson	\$ 25,54	\$ 25,54	\$ 25,54		
Teléfono Ip Grandstream Gxp1610 Para Oficina	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83
Oster Cafetera 12 Tz Filtro Permanente	\$ 9,70	\$ 9,70	\$ 9,70		
Papelería de Oficina	\$ 287,62	\$ 287,62	\$ 287,62	\$ 33,97	\$ 33,97
Resma de papel bond	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,51	\$ 2,53	\$ 2,54
Esferográfico	\$ 5,00	\$ 5,03	\$ 5,06	\$ 5,09	\$ 5,11
Lápices	\$ 3,50	\$ 3,52	\$ 3,54	\$ 3,56	\$ 3,58
Carpetas	\$ 25,50	\$ 25,65	\$ 25,79	\$ 25,94	\$ 26,09

Corrector	\$ 3,00	\$ 3,02	\$ 3,03	\$ 3,05	\$ 3,07
Perforadora	\$ 3,00	\$ 3,02	\$ 3,03	\$ 3,05	\$ 3,07
Grapadora	\$ 2,50	\$ 2,51	\$ 2,53	\$ 2,54	\$ 2,56

Elaborado por: Autora

Tabla 39 Sueldo personal Admirativo

Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total, Anual			
ADMINISTRATIVOS					
Administrador	\$ 417,62	\$ 5.011,44			
Recurso Humano	Aporte. Patronal 11,15%	Bono de Escolaridad 14to	Bono Navideño 13to	Provisión Anual	
Administrador	\$ 558,78	\$ 400,00	\$ 417,62	\$ 1.376,40	
ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	\$ 6.387,84	\$ 6.424,12	\$ 6.460,61	\$ 6.497,30	\$ 6.534,21

Elaborado por: Autora

Tabla 40 Detalle servicios básicos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	5,97	71,69	72,10	72,50	72,92	73,33
Teléfono	7,80	93,60	94,13	94,67	95,20	95,74
Internet	12,25	147,00	147,83	148,67	149,52	150,37
Agua Potable	6,00	72,00	72,41	72,82	73,23	73,65

Elaborado por: Autora

Tabla 41 Amortizaciones de Centro fotográfico para macotas domésticas

Obtención de RUC	20,00	20,00%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Patente Municipal	20,00	20,00%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
LUAE	-	20,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	20,00	20,00%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
TOTAL	60,00		12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Elaborado por: Autora

Tabla 42 Gastos administrativos

Gastos de Administración	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%
Sueldos administrativos	\$ 6,387.84	\$ 6,424.12	\$ 6,460.61	\$ 6,497.30	\$ 6,534.21
Amortizaciones	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
Depreciaciones	\$ 287.62	\$ 287.62	\$ 287.62	\$ 33.97	\$ 33.97
Servicio de internet	\$ 147.00	\$ 147.83	\$ 148.67	\$ 149.52	\$ 150.37
Energía Eléctrica	\$ 71.69	\$ 72.10	\$ 72.50	\$ 72.92	\$ 73.33
Telefonía	\$ 93.60	\$ 94.13	\$ 94.67	\$ 95.20	\$ 95.74
Suministro agua potable	\$ 72.00	\$ 72.41	\$ 72.82	\$ 73.23	\$ 73.65
Papelería de oficina	\$ 45.00	\$ 45.24	\$ 45.50	\$ 45.76	\$ 46.02
Arriendo	\$ 3,840.00	\$ 3,861.89	\$ 3,883.90	\$ 3,906.04	\$ 3,928.30
TOTAL	\$ 10,956.75	\$ 11,017.34	\$ 11,078.30	\$ 10,885.95	\$ 10,947.60

Elaborado por: Autora

1.1.44 Gastos de ventas

Los gastos que se incurren para la difusión del servicio se lo detallan en la tabla N°43 expuesta como los gastos de ventas del proyecto.

Tabla 43 Cálculo de Gastos de venta.

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Página Web en Publitec	660,90	664,65	668,43	672,23	676,04

Tabla 44 Gastos de Ventas

Gastos de Ventas	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%
Gastos de ventas	\$660.90	\$664.65	\$668.43	\$672.23	\$676.04
TOTAL	\$660.90	\$664.65	\$668.43	\$672.23	\$676.04

Elaborado por: Autora

5.7 Gastos financieros

Lo detallado en la tabla N° 12 son los gastos financieros del proyecto que serán los intereses que se genera del financiamiento.

Tabla 45 Gastos financieros

Gastos Financieros	Años				
	1	2	3	4	5
Gasto Intereses	\$4,786.94	\$3,973.83	\$3,066.86	\$2,055.16	\$926.66
TOTAL	\$4,786.94	\$3,973.83	\$3,066.86	\$2,055.16	\$926.66

Elaborado por: Autora

1.1.45 Proyección de ingresos

Para la proyección de Ingresos para el Centro fotográfico en la tabla N° 47 se trabajará con el servicio con mayor demanda en la encuesta realizada.

Tabla 46 Cálculo de producción proyectada.

Detalle	Proyección Anual				
	1	2	3	4	5
	2020	2021	2022	2023	2024
Producción Anual	120	124	126	129	131
Mercado objetivo (personas de la encuesta)	105	108	110	112	113
Demanda potencial	1.260	1.300	1.320	1.340	1.360
Captación mercado objetivo	60,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%
Producción proyectada	756	1.040	1.056	1.072	1.088

Elaborado por: Autora

Tabla 47 Proyección de ingresos de Flash Session

Detalle	Proyección Anual				
	1	2	3	4	5
	2020	2021	2022	2023	2024
Producción proyectada	756	1,040	1,056	1,072	1,088
Costos	\$ 8.98	\$ 9.03	\$ 9.08	\$ 9.13	\$ 9.18
Costo total de MP	\$ 6,786.99	\$9,391.94	\$9,586.97	\$9,786.04	\$ 9,989.25

Elaborado por: Autora

5.1 Estados Financieros proyectados

Los estados financieros proyectados determinan el nivel de rentabilidad de un proyecto para lo que se comparará todos sus valores y verificar la utilidad o pérdida de este.

El Estado de Resultados presentado a continuación en la tabla N°48 refleja tanto los ingresos como los egresos desde que se comenzará con la producción.

Tabla 48 Estado de Resultados proyectado

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de inflación promedio	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%	0.57%
Ventas Totales	\$ 66,028.44	\$ 93,580.79	\$ 97,834.04	\$ 102,280.60	\$ 106,929.25
(-) Costos de Producción	\$ 16,903.51	\$ 19,558.28	\$ 19,803.40	\$ 18,706.52	\$ 18,960.40
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 49,124.93	\$ 74,022.51	\$ 78,030.64	\$ 83,574.08	\$ 87,968.85
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración	\$ 4,269.29	\$ 4,293.60	\$ 4,318.07	\$ 4,342.67	\$ 4,367.42
Gastos de Ventas	\$ 660.90	\$ 664.65	\$ 668.43	\$ 672.23	\$ 676.04
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 44,194.74	\$ 69,064.26	\$ 73,044.14	\$ 78,559.18	\$ 82,925.39
Gasto Financiero	\$ 3,004.50	\$ 2,536.72	\$ 1,957.74	\$ 1,311.92	\$ 591.54
UTILIDAD NETA	41,190.24	66,527.54	71,086.40	77,247.26	82,333.85

Elaborado por: Autora

En la tabla N° 49 se presenta el Estado de Situación Financiera proyectada a cinco años de la empresa

Tabla 49 Estado de Situación Financiera proyectada

	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	\$ 51.006,20	\$ 79.931,42	\$ 80.916,26	\$ 81.313,82	\$ 79.980,54
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$ 51006,20	\$ 79931,42	\$ 80916,26	\$ 81313,82	\$ 79980,54
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 334,98	\$ 334,98	\$ 334,98	\$ 334,98	\$ 334,98
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1774,48	\$ 1774,48	\$ 1774,48	\$ 1774,48	\$ 1774,48
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 42,5	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50
EQUIPOS FOTOGRÁFICOS	\$ 3173,94	\$ 3173,94	\$ 3173,94	\$ 3173,94	\$ 3173,94
TOTAL, ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	\$ 5325,90	\$ 5325,90	\$ 5325,90	\$ 5325,90	\$ 5325,90
OPERATIVOS					
(-) Depreciaciones Acumuladas	\$ 1633,96	\$ 3267,92	\$ 4901,89	\$ 4935,86	\$ 4969,83
TOTAL, ACTIVOS FIJOS NETOS OPERATIVOS	\$ 3691,94	\$ 2057,98	\$ 424,01	\$ 390,04	\$ 356,07
ACTIVOS DIFERIDOS					
Activos diferidos	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(-) Amortizaciones Acumuladas	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 60,00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 48,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 12,00	0,00
TOTAL, DE ACTIVOS	\$ 54746,14	\$ 82025,40	\$ 81364,27	\$ 81715,86	\$ 80336,61
PASIVO CORRIENTE					
PASIVO LARGO PLAZO	\$ 23808,23	\$ 18793,41	\$ 13199,61	\$ 6959,99	
TOTAL, DE PASIVOS CORRIENTES	\$ 23808,23	\$ 18793,41	\$ 13199,61	\$ 6959,99	0,00
PATRIMONIO					
Utilidad (pérdida) neta	\$ 30937,91	\$ 63231,99	\$ 68164,66	\$ 74755,87	\$ 80336,61
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 30937,91	\$ 63231,99	\$ 68164,66	\$ 74755,87	\$ 80336,61
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 54746,14	\$ 82025,40	\$ 81364,27	\$ 81715,86	\$ 80336,61

Elaborado por: Autora

5.2 Evaluación Financiera

1.1.46 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que se considera dentro para invertir en el proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto tiene beneficios o riesgos.

Fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{Costo del Capital} + \text{Premio al Riesgo}$$

Tabla 50 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento = Tasa de descuento

DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Recursos propios	-	0.00%	0.00%	0.00%
Recursos terceros	\$ 28,304.09	100.00%	11.83%	11.83%
TOTAL	\$ 28,304.09	100.00%	11.83%	11.83%
CPPC			11.83% *	
Premio al riesgo			33.39% *	
Inflación			-0.75% *	
Tasa de descuento			44.47%	

Elaborador por: Autora

Fuentes: * Banco Pichincha, BCE, INEC

Análisis:

Una vez que se ha determinado el TMAR y para la valoración del proyecto se lo denominará Tasa de Descuento, con el cuál se procederá aplicar herramientas de evaluación financiera que permitan conocer si es viable y rentable el emprendimiento.

Aplicado los procedimientos de cálculo en la que se ha considerado factores externos para su resultado en 44,47%.

1.1.47 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador de viabilidad del proyecto, para el calcular el VAN se suma el valor presente del flujo de caja neto y luego se resta el monto de la inversión inicial. El resultado es una cifra en dólares que representa el cambio porcentual de utilidad que representará el proyecto.

Fórmula:

$$VAN = \frac{FE_1}{(1+i)^1} + \frac{FE_2}{(1+i)^2} + \frac{FE_3}{(1+i)^3} + \frac{FE_4}{(1+i)^4} + \frac{FE_5}{(1+i)^5} - Inversión\ inicial$$

FE= Flujo de caja neto

i= Tasa de descuento

n= Número de años

Tabla 51 Valor Actual Neto del proyecto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	VAN
TASA DE DESCUENTO	44,47%	$M = FE/(1+i)^n$
Inversión Inicial	\$ (28.304,09)	\$ (28.304,09)
Año 1	\$ 30.937,91	\$ 21.414,76
Año 2	\$ 63.231,99	\$ 30.295,73
Año 3	\$ 68.164,66	\$ 22.606,13
Año 4	\$ 74.755,87	\$ 17.160,69
Año 5	\$ 80.336,61	\$ 12.765,13
VAN		\$ 75.938,35

Elaborador por: Autora

Criterios de decisión:

Si $VAN > 0$ = Se acepta o es viable el proyecto.

Si $VAN = 0$ = Se acepta o es viable el proyecto.

Si $VAN < 0$ = Se rechaza y no es viable el proyecto.

Análisis:

Con los datos de la inversión inicial y los flujos esperados (utilidad neta) obtenidos del Estado de Resultados proyectado, se procede aplicar el descuento de los flujos esperados con la tasa de descuento, que en este caso será del 44,47%, estableciéndose un Valor Actual Neto de US\$ 75938.35, estableciendo un criterio de decisión favorable, es decir que se debe aceptar el proyecto de emprendimiento por ser sostenible y rentable en el tiempo.

1.1.48 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de retorno estimada para un proyecto propuesto, dado que sus flujos incrementan su efectivo. Es un indicador de rentabilidad o criterios generales de aceptación o rechazo. Al igual del método VAN, el TIR considera todos los flujos de efectivo para un proyecto y se ajusta al valor del dinero. Es la tasa de descuento que iguala la VAN a cero (dólares).

Tabla 52 Tasa Interna de Rentabilidad del proyecto.

AÑOS	FLUJO DE CAJA	TIR
155,83%		
Inversión Inicial	-28.304,09	-28.304,09
Año 1	30.937,91	12.093,24
Año 2	63.231,99	9.661,40
Año 3	68.164,66	4.071,12
Año 4	74.755,87	1.745,23
Año 5	80.336,61	733,11
VAN		0,00

Elaborado por: Autora

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

F_t Flujos de dinero en cada periodo t
 I_0 Inversión que se realiza en el momento inicial
 n Número de periodos de tiempo

Criterios de decisión:

Si $TIR >$ a tasa de descuento el proyecto es factible

Si $TIR <$ a tasa de descuento el proyecto no es factible

Análisis:

La tasa interna de rentabilidad (TIR) de este proyecto es del 155.83% que es superior a la tasa mínima de aceptable de rendimiento (TMAR) del 44,47%, por consiguiente, es superior y bajo este criterio se debe aceptar el proyecto de emprendimiento.

5.3 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Periodo de recuperación de la Inversión o Pay – Back es el indicador que mide la liquidez del proyecto y el tiempo en el que se recupera la inversión que se realizó inicialmente en el proyecto.

Fórmula:

$$\text{Periodo de Payback} = \left[\frac{\text{Período último con Flujo}}{\text{Acumulado Negativo}} \right] + \left[\frac{\text{Valor absoluto del último Flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del Flujo de Caja en el siguiente período}} \right]$$

Tabla 53 Periodo de Recuperación de la Inversión del proyecto.

Inversión		28.304,09	
Años	Flujo de caja	Flujos de caja actualizados	Flujos de caja acumulados
1	30.937,91	21.414,76	21.414,76
2	63.231,99	30.295,73	51.710,50
3	68.164,66	22.606,13	74.316,63
4	74.755,87	17.160,69	91.477,31
5	80.336,61	12.765,13	104.242,44
PRI	0,23		
Años	2		
Meses	2,73		
Días	82		

Elaborado por: Autora

El periodo de recuperación es menos de un año, con un monto de inversión de \$28304.09, dando como resultado, en 2 años y 82 días ya se estima recuperar y obtener ganancias para los siguientes años proyectados.

4.4.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador para determinar el número de servicios que se deben realizar para mantener un equilibrio entre pérdida y ganancia, buscando la rentabilidad del negocio.

Fórmula:

$$\text{UTILIDAD} = \text{PV}(X) - (\text{CV}(X) - \text{CF})$$

CF = Costos Fijos

PV = Precio de Venta

CV = Costos variables unitarios

Aplicación:

Tabla 54 Datos del Punto de Equilibrio

Costos Directos	\$	14,904.42
Costos Indirectos	\$	1,705.09
Precio Venta	\$	82.62
Costo Venta	\$	89.78

Elaborador por: Autora

Tabla 55 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
0=	\$	82.62	\$	89.78	\$ 1,705.09
					$82.62(X) - (89.78(X) + 1705.09)$
0=					$82.62(X) - 89.78(X) - 1705.09$
0=					$(7.15)(X) - 1705.09$
0=					$244(X) - 1705.09$
					$X = 238.31$

Elaborador por: Autora

238 unidades

Análisis:

En base al resultado el número de servicios que se deben realizar son 238 servicios para mantener una rentabilidad del negocio.

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

Conclusiones

- Lo trascendental es llegar a los consumidores como un servicio innovador, como lo es la fotografía para mascotas domésticas, además de abarcar la mayor cantidad de clientes en el sector La Carolina.
- Mediante la investigación de mercado que se realizó se identificó que actualmente los hogares ecuatorianos en su mayoría consideran a sus mascotas un miembro más de su familia.
- El proyecto es considerado rentable de acuerdo con los estados financieros su factibilidad de crear un Centro fotográfico para mascotas domésticas es viable, ya que nos muestra una TIR de 155.83%, un VAN de \$75,938.35y un Período de Recuperación en dos años.
- Los medios tradicionales de comunicación para el servicio de Fotografía domestica para mascotas no es aceptable.
- Mediante el estudio de mercado se pudo identificar que no existen Centros Fotográficos especializados en las mascotas domésticas.

6.2 Recomendaciones

- Implementar y ejecutar el proyecto, en base al análisis de los indicadores financieros es un proyecto totalmente rentable.
- Desarrollar algunas estrategias agresivas en redes sociales para promocionar el Centro Fotográfico para mascotas domésticas en el primer año, para lograr el posicionamiento y fidelización de los clientes lo que a futuro será el incremento de ventas.

- Tomar en cuenta las tarifas y precios de los servicios por sesiones para mantener una estabilidad en el nuevo mercado.
- Aplicar una filosofía en valores corporativos propuestos para satisfacer a los clientes, mantener un ambiente de armonía en el trabajo diario, contando con la credibilidad y experiencia del servicio fotográfico.
- Explorar otros sectores donde aplicar este emprendimiento para expandir el servicio especializado en fotografía en mascotas domésticas en el Distrito Metropolitano de Quito.

6.3 Anexos

Encuesta



OBJETIVO: La presente encuesta tiene por finalidad conocer aspectos relevantes sobre el servicio de fotografía para mascotas en el Sector “La Carolina”.

INSTRUCCIONES: Se solicita de manera atenta sirva responder de manera honesta cada una de las preguntas, seleccione la opción de su preferencia.

CUESTIONARIO

Datos del encuestado:

Favor seleccione su sexo y edad:

Sexo: Femenino Masculino

20 a 29 años

30 a 39 años

40 a 49 años

50 en adelante

1. ¿Tiene usted mascota?

Si

No

2. ¿Considera que la mascota es un miembro más de su familia?

Si

No

3. ¿Conoce o ha escuchado sobre el servicio de fotografía para mascotas?

Si

No

4. ¿Seleccione la o las opciones que brindaría a su mascota?

Servicio de peluquería

Ropa de mascotas

Juguetes para mascotas

Servicio veterinario

Foto con su mascota

5. ¿Cómo calificaría tener una fotografía con su mascota?

Muy importante

Importante

Poco importante

Nada importante

6. ¿Se tomaría una fotografía con su mascota en un centro especializado?

Si

No

7. ¿Seleccione por cual red social le gustaría conocer sobre servicios especializados en fotografía para mascotas?

Facebook

WhatsApp

Sitio web

Otro (especifique) _____

Activar Windc
Ve a Configuració

8. ¿Qué buscaría en un servicio fotográfico para su mascota?

Calidad

Atención

Precio

Todas

9. ¿Le gustaría un servicio de fotografía de su mascota a domicilio con los protocolos de bioseguridad?

Si

No

10. ¿Seleccione el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por un servicio especializado de fotográfico para su mascota?

De \$20.00 a \$50.00

De \$50.00 a \$100.00

De \$100.00 a \$200.00

De 200.00 en adelante.

7. Webgrafía

Alonso López, K. M. (9 de Septiembre de 2016). *Ecu Red*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/index.php?title=Mascota&action=edit>

ART- ESTUDIO. (25 de Junio de 2020). *Producción Fotográfica*. Obtenido de Producción Fotográfica: <https://art-estudio.es/produccion-fotografica/>

Barría, C. (13 de Septiembre de 2019). *Los países con menos inflación de América Latina (y qué dice de sus economías)*. Obtenido de Los países con menos inflación de América Latina (y qué dice de sus economías): <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49665808>

Carresquero, D. (16 de Septiembre de 2016). *Gestipolis*. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>

CENSOS, I. D. (7 de ENERO de 2020). *Resultados Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Obtenido de Resultados Índice de Precios al Consumidor (IPC): https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/01%20ipc%20Presentacion_IPC_ene2020.pdf

El Telégrafo. (11 de Enero de 2015). *Los quiteños cambiaron la forma de relacionarse con sus mascotas*. Obtenido de Los quiteños cambiaron la forma de relacionarse con sus mascotas: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/los-quitenos-cambiaron-la-forma-de-relacionarse-con-sus-mascotas>

FUDE BY EDUCATIVO. (24 de 11 de 2019). Obtenido de ¿Qué es un estudio fotográfico?: <https://www.educativo.net/articulos/que-es-un-estudio-fotografico-1005.html>

Galarza, V. (6 de Enero de 2020). *Inflación de 2019 cerró en -0,07%*. Obtenido de Inflación de 2019 cerró en -0,07%: <http://www.pichinchacomunicaciones.com.ec/inflacion-de-2019-cerro-en-007/>

INEC. (14 de Junio de 2020). *Canasta*. Obtenido de Canasta: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

INEC. (01 de Febrero de 2020). *Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital*. Obtenido de Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2020/Febrero-2020/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_feb_2020.pdf

Management Empresarial. (07 de Octubre de 2017). *Mercado Potencial*. Obtenido de Mercado Potencial.: <http://www.managementempresarial.com/diccionario/mercado-potencial.html>

Mercado Potencial. (24 de Junio de 2020). Obtenido de Mercado Potencial: https://www.nafin.com/portalnf/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Como%20iniciar%20tu%20negocio/Mercado_Potencial.pdf

- Mtra. Nora González Navarro, M. M. (5 de julio de 2020). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios* . Obtenido de Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios :
https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Raffino, M. E. (5 de Diciembre de 2018). *Fotografía* . Obtenido de Fotografía :
<https://concepto.de/fotografia>
- Serrano Esguerra, R. (12 de Diciembre de 2019). *La ética, en el uso del flash con animales*. Obtenido de La ética, en el uso del flash con animales:
<https://www.rafaelse.com/post/2019/12/05/la-%C3%A9tica-en-el-uso-del-flash-con-animales>
- Taipe Yáñez, J. F., & Pazmiño, J. F. (2015). Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa. *Revista Publicand- ISSN*, 63-183.
- Toma lo Tuyo. (21 de Enero de 2019). *LA FOTOGRAFIA Y EL MEDIO AMBIENTE* . Obtenido de LA FOTOGRAFIA Y EL MEDIO AMBIENTE :
https://tomalotuyo.co/wp-content/hostinger-page-cache/la-fotografia-y-el-medio-ambiente/_index.html
- Zapata Mora, B. (3 de Julio de 2018). Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador. *Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador*, págs.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/07/03/nota/6840290/creditos-emprendedores-pymes-ecuador>.