



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA ESCUELA DE MODELAJE ENFOCADA A PERSONAS CON  
SÍNDROME DE DOWN, PARA FOMENTAR SU INTEGRACIÓN EN LA  
SOCIEDAD A TRAVÉS DEL MUNDO DEL MODELAJE, UBICADA EN EL  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2014-2015.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de  
Banca y Finanzas

Autor: Marín Gómez Erick Isaac

Tutor: Ing. Juan Carlos Moreno

Quito, Marzo 2015

---

## DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR

## DECLARATORIA

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

---

Erick Isaac Marín Gómez

CC 171938492-5

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

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

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Banca y Finanzas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELADO ENFOCADA A PERSONAS CON SÍNDROME DE DOWN, PARA FOMENTAR SU INTEGRACIÓN EN LA SOCIEDAD A TRAVÉS DEL MUNDO DEL MODELADO, UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2014-2015.", el cual incluye la creación de una Escuela de Modelado para personas con Síndrome de Down, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. B) por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación de una Escuela de Modelado para personas con Síndrome de Down, motivo, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del documento por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización del documento; d) Cualquier transformación o modificación del documento; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del documento; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización

del proyecto que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del documento a favor del Cesionario.

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

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

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 27 días del mes de Marzo del 2015.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 1719384925

Erick Isaac Marín Gómez

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

## AGRADECIMIENTO

Gracias al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el gran aporte profesional brindado el transcurso de la carrera y principalmente al haber sido mi casa durante este tiempo y darme todas las facilidades para crecer.

Gracias al Ing. Juan Carlos Moreno, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que por su apoyo emocional y profesional con el cual ver los frutos de sus enseñanzas en cada clase brindad.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional

A mi hermano por su calor filial

A mi abuela por su infinito amor

A mi jefe por su eterna inspiración

## INDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DECLARATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>viii</b>
<b>INDICE TABLAS .....</b>	<b>xv</b>
<b>INDICE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>xvii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xx</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>1.01 Justificación .....</b>	<b>1</b>
<b>1.02. Antecedentes del Proyecto.....</b>	<b>4</b>
<b>1.02.01 El Modelaje.....</b>	<b>4</b>
<b>1.02.02 La Moda en la Actualidad .....</b>	<b>9</b>
<b>1.02.03 La Moda en el Ecuador .....</b>	<b>10</b>

---

1.02.04 Las Personas con síndrome de Down .....	12
<b>CAPÍTULO II</b> .....	17
<b>Análisis Situacional</b> .....	17
<b>2.01. Ambiente Externo</b> .....	17
<b>2.01.01 Factor económico</b> .....	17
<i>2.01.01.01 Inflación</i> .....	17
<i>2.01.01.02 Tasas de Interés</i> .....	19
<i>2.01.01.02.01: Tasa Activa</i> .....	19
<i>2.01.01.02.02: Tasa Pasiva</i> .....	20
<i>2.01.01.03. PIB</i> .....	21
<i>2.01.01.03. Balanza Comercial</i> .....	22
<b>2.01.02 Factor Social y Cultural</b> .....	23
<i>2.01.02.01. Sociedad</i> .....	23
<i>2.01.02.02. Cultura</i> .....	24
<i>2.01.02.03. Población</i> .....	25
<i>2.01.02.04. PEA</i> .....	27
<b>2.01.03 Factor legal</b> .....	27
<i>2.01.03.01 Situación Política del País</i> .....	27
<i>2.01.03.02 Gubernamental</i> .....	30
<i>2.01.03.03 Legal</i> .....	37
<b>2.01.04 Factor Tecnológico</b> .....	48
<b>2.02 Entorno Local</b> .....	48

---

---

<b>2.02.01 Clientes</b> .....	48
<b>2.02.02 Proveedores</b> .....	49
<b>2.02.03 Competidores</b> .....	50
<b>2.03 Análisis Interno</b> .....	54
<b>2.03.01 Propuesta estratégica</b> .....	54
<i>2.03.01.01 Misión</i> .....	54
<i>2.03.01.02 Visión</i> .....	55
<i>2.03.01.03 Objetivos Corporativos</i> .....	55
<i>2.03.01.03.01 General</i> .....	55
<i>2.03.01.04 Principios y/o valores</i> .....	56
<b>2.03.02 Gestión administrativa</b> .....	57
<i>2.03.02.01 Planeación</i> .....	57
<i>2.03.02.02 Organización</i> .....	58
<i>2.03.02.02.01 Organigrama Estructural</i> .....	59
<i>2.03.02.02.02 Organigrama Funcional</i> .....	60
<i>2.03.02.03 Dirección</i> .....	61
<i>2.03.02.03.01 Descripción de cargos:</i> .....	61
<i>2.03.02.03.01.01 Administrador:</i> .....	61
<i>2.03.02.03.01.02 Contador:</i> .....	62
<i>2.03.02.03.01.01 Secretaria:</i> .....	62
<i>2.03.02.04 Control</i> .....	64
<b>2.03.03 Gestión operativa</b> .....	67

---

---

<b>2.03.04 Gestión comercial</b> .....	70
<b>2.03.04.01 Precio</b> .....	71
<b>2.03.04.02 Plaza</b> .....	71
<b>2.03.04.03 Promoción</b> .....	72
<b>2.03.04.05 Publicidad</b> .....	74
<b>Logotipo y Slogan</b> .....	74
<b>Tarjetas de Presentación</b> .....	75
<b>2.04 Análisis FODA</b> .....	75
<b>CAPÍTULO III</b> .....	77
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	77
<b>3.01 ¿Qué es?</b> .....	77
<b>3.02 Análisis del Consumidor</b> .....	77
<b>3.02.01 Determinación de la Población y Muestra</b> .....	77
<b>3.02.02 Técnicas de obtención de la información</b> .....	79
<b>Encuesta</b> .....	80
<b>Análisis de la Información</b> .....	82
<b>Cuestionario</b> .....	86
<b>3.03 Demanda</b> .....	95
<b>3.03.01 ¿Qué es?</b> .....	95
<b>3.03.02.01 Calculo de la demanda actual</b> .....	95
<b>3.03.02.02 Proyección de la demanda</b> .....	96
<b>3.04 Análisis de la Oferta</b> .....	97

---

---

3.04.01 ¿Qué es? .....	97
3.04.02 Calculo de la Oferta .....	97
3.05 Balance de Oferta y Demanda (o Demanda Insatisfecha) .....	99
CAPITULO IV .....	100
ESTUDIO TÉCNICO .....	100
4.01 ¿Qué es? .....	100
4.02 Tamaño del Proyecto .....	100
4.02.01 Capacidad Instalada .....	100
4.02.02 Capacidad Óptima .....	101
4.03 Localización .....	101
4.03.01 ¿Qué es? .....	101
4.03.02 Macro localización .....	101
4.03.03 Micro localización .....	103
4.03.04 Localización optima .....	104
4.04 Ingeniería del Proyecto .....	106
4.04.01 Definición del Bien y/o Servicio .....	106
4.04.02 Distribución de la Planta .....	107
4.04.03 Códigos de Cercanía .....	107
4.04.04 Razones de Cercanía .....	108
4.04.05 Matriz Cruzada o Diagonal .....	108
4.04.06 Plano de la Empresa .....	114
4.04.07 Proceso productivo y/o servicio .....	115

---

<b>4.04.08 Cuadro de Activos</b> .....	117
<b>CAPITULO V</b> .....	119
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	119
<b>5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales</b> .....	119
<b>5.02 Costos</b> .....	121
<b>5.02.01 Costos Operativos</b> .....	121
<b>5.02.02 Gastos Administrativos</b> .....	123
<b>5.02.03 Gasto de Venta</b> .....	125
<b>5.02.05 Proyección de Costos y Gastos</b> .....	125
<b>5.02.06 Costos Financieros</b> .....	127
<b>5.03 INVERSIONES</b> .....	128
<b>5.03.01 Inversión Fija</b> .....	128
<b>5.03.01.01 Activos Fijos</b> .....	128
<b>5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)</b> .....	129
<b>5.03.02 Capital de Trabajo</b> .....	129
<b>5.03.03 Cuadro de Inversiones</b> .....	130
<b>5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)</b> .....	131
<b>5.03.05 Depreciaciones</b> .....	132
<b>5.03.06 Estado de Situación Inicial</b> .....	132
<b>5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)</b> .....	133
<b>5.03.08 Flujo Caja Proyectado</b> .....	135
<b>5.04 EVALUACION</b> .....	136

---

<b>5.04.01 Tasa de descuento</b> .....	137
<b>5.04.02 VAN o VPN</b> .....	137
<b>5.04.04 TIR</b> .....	138
<b>5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)</b> .....	139
<b>5.04.06 RBC (Relación costo beneficio)</b> .....	139
<b>5.04.07 Punto de equilibrio</b> .....	140
<b>5.04.08 Análisis de índices financieros</b> .....	142
<b>5.04.08.01 Razones de Apalancamiento</b> .....	143
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	149
<b>ANALISIS DE IMPACTOS</b> .....	149
<b>6.01 Impacto Ambiental</b> .....	149
<b>6.02 Impacto Económico</b> .....	149
<b>6.03 Impacto Comercial</b> .....	150
<b>6.04 Impacto Social</b> .....	150
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	151
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	151
<b>7.01 Conclusiones</b> .....	151
<b>7.02 Recomendaciones</b> .....	152
<b>Bibliografía</b> .....	153
<b>Web grafía</b> .....	154

## INDICE TABLAS

Tabla 1 # de Discapacidades .....	26
Tabla 2 Proveedores .....	50
Tabla 3 Planeación .....	88
Tabla 4 Control.....	65
Tabla 5 Evaluación .....	66
Tabla 6 Evaluación 2.....	67
Tabla 7 Precio.....	71
Tabla 8 FODA Macro y Micro ambiente.....	76
Tabla 9 FODA Interno.....	77
Tabla 10 Pregunta 1 .....	82
Tabla 11 Pregunta 2 .....	83
Tabla 12 Pregunta 3 .....	84
Tabla 13 Pregunta 4 .....	85
Tabla 14 Pregunta 1 .....	86
Tabla 15 Pregunta 2 .....	87
Tabla 16 Pregunta 3 .....	88
Tabla 17 Pregunta 4 .....	89
Tabla 18 Pregunta 4.2 .....	90
Tabla 19 Pregunta 5 .....	91
Tabla 20 Pregunta 6 .....	92
Tabla 21 Pregunta 7 .....	93
Tabla 22 Pregunta 8 .....	94
Tabla 23 Calculo de la Demanda Actual.....	95
Tabla 24 Resultados de la Encuesta .....	96
Tabla 25 Proyección Demanda Trimestral .....	96
Tabla 26 Proyección Demanda Semestral .....	97
Tabla 27 Oferta Actual Trimestral.....	97
Tabla 28 Oferta Actual Semetral.....	98
Tabla 29 Oferta Proyectada Trimestral.....	98
Tabla 30 Oferta Proyectada Semetral.....	98
Tabla 31 Balance Oferta Demanda Trimestral.....	99
Tabla 32 Balance Oferta Demanda Semestral .....	99
Tabla 33 Capacidad Instalada .....	100
Tabla 34 Capacidad Optima .....	130
Tabla 35 Macrolocalización.....	131
Tabla 36 Microlocalización.....	132
Tabla 37 Localización Optima .....	105
Tabla 38 Códigos de Cercanía .....	133
Tabla 39 Razones de Cercanía.....	108

Tabla 40 Proceso Producto y/o Servicio .....	135
Tabla 41 Mediación Producto y/o Servicio .....	137
Tabla 42 Cuadro de Activos.....	117
Tabla 43 Ingresos Operacionales y no Operacionales .....	138
Tabla 44 Ingresos Proyectados .....	139
Tabla 45 Costo del Personal.....	140
Tabla 46 Costo Servicios Básicos.....	141
Tabla 47 Otros Costos .....	149
Tabla 48 Total Costos Operativos .....	149
Tabla 49 Gasto Personal .....	149
Tabla 50 Material de Limpieza .....	150
Tabla 51 Suministros de Oficina.....	150
Tabla 52 Otros Gastos Administrativos.....	150
Tabla 53 Total Gastos Administrativos .....	150
Tabla 54 Gasto de Ventas .....	150
Tabla 55 Proyección Ingresos Operacionales .....	150
Tabla 56 Proyección Gastos Administrativos.....	150
Tabla 57 SProyección Gastos de Venta.....	150
Tabla 58 Costos Fijos y Variables .....	150
Tabla 59 Cuadro de Inversión .....	150
Tabla 60 Amortización del Financiamiento.....	150
Tabla 61 Amortización del Diferido .....	150
Tabla 62 Tabla de Depreciaciones .....	150
Tabla 63 Estado de Situación Inicial.....	150
Tabla 64 Estado de Resultados Proyectado.....	150
Tabla 65 Flujo de Caja Proyectado.....	150
Tabla 66 Tasa de Descuento .....	150
Tabla 67 VAN.....	150
Tabla 68 TIR (Tasa Interna de Rendimiento).....	150
Tabla 69 PIR.....	150
Tabla 70 RBC .....	150
Tabla 71 Punto de Equilibrio.....	150
Tabla 72 Impctos.....	150
Tabla 73 Impacto Ambiental.....	150
Tabla 74 Impacto Economico.....	150
Tabla 75 Impacto Comercial .....	150
Tabla 76 Impacto Social .....	150

## INDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Inflación.....	18
Ilustración 2 Tasa Activa .....	19
Ilustración 3 Tasa Pasiva .....	20
Ilustración 4 PIB Real .....	21
Ilustración 5 Evolución PIB.....	22
Ilustración 6 Balanza Comercial.....	23
Ilustración 7 Población de Quito.....	26
Ilustración 8 Discapacidades.....	26
Ilustración 16 Proceso de Atención al Cliente .....	68
Ilustración 17 Flujo grama del proceso de enseñanza.....	69
Ilustración 18 Flujo grama del proceso de evaluación al alumno.....	70
Ilustración 19 Mapa .....	72
Ilustración 20 Logotipo y Slogan .....	74
Ilustración 21 Tarjetas de Presentación.....	75
Ilustración 22 Flyers .....	75
Ilustración 23 Pregunta 1 .....	82
Ilustración 24 Pregunta 2 .....	83
Ilustración 25 Pregunta 3 .....	84
Ilustración 26 Pregunta 4 .....	85
Ilustración 27 Pregunta 1 .....	86
Ilustración 28 Pregunta 2 .....	87
Ilustración 29 Pregunta 3 .....	88
Ilustración 30 Pregunta 4 .....	89
Ilustración 31 Pregunta 4 .....	90
Ilustración 32 Pregunta 5 .....	91
Ilustración 33 Pregunta 6 .....	92
Ilustración 34 Pregunta 7 .....	93
Ilustración 35 Pregunta 8.....	94
Ilustración 36 Mapa de Ubicación del Ecuador .....	102
Ilustración 37 Mapa de Ubicación de Pichincha .....	102
Ilustración 38 Mapa de Ubicación de Quito .....	103
Ilustración 39 Micro localización de Quito .....	104
Ilustración 40 Mapa del Sector .....	104
Ilustración 41 Razones de Cercanía .....	108
Ilustración 42 Matriz Diagonal .....	109
Ilustración 43 Área Administrativa .....	109
Ilustración 44 Área de Espera .....	110
Ilustración 43 Aula de Pasarela.....	110
Ilustración 46 Aula de Baile.....	111
Ilustración 47 Aula de Maquillaje .....	111

---

Ilustración 48 Aula de Actuación .....	112
Ilustración 49 Aula de Etiqueta .....	112
Ilustración 50 Cafetería .....	113
Ilustración 51 Baños .....	113
Ilustración 52 Plano Empresarial .....	114
Ilustración 53 Plano en 3D .....	114
Ilustración 54 Punto de Equilibrio .....	142

## RESUMEN EJECUTIVO

La creación de una escuela de modelaje para personas con Síndrome de Down ha sido desarrollada para satisfacer el mercado demandante del sector de Carcelén al Norte de la ciudad de Quito, con la finalidad de entregar un servicio de calidad y confort.

La competencia del sector es una competencia indirecta ya que el giro del negocio del presente proyecto es nuevo, pero de igual forma la misma tiene un buen acogimiento para las necesidades del cliente, será dirigido a los habitantes entre los 8 a 35 años de edad considerando a todos los habitantes cercanos al sector.

Se contará con profesionales que ayudaran al desempeño de cada cliente, motivando a la población a mejorar su estilo de vida y concientizando a apoyar a las personas con Síndrome de Down.

El objetivo fundamental del proyecto es la inclusión de las personas con Síndrome de Down en el ámbito del modelaje incentivándolos a potenciar su desarrollo persona y posteriormente profesional.

## ABSTRACT

The creation of a modeling school for Down syndrome people, have been developed in order to satisfy the local demand in Carcelen, a sector that is located in the North of Quito city, to give a service with high quality and comfort.

We have to take into consideration that there is an indirect competence, because this business is new, but at the same time it has great opportunities for the customer's needs, because it is focus on people from 8 to 35 years old and other people who live closer.

We have very high qualified professionals that will help the future customers and motivate others to improve their life style and, at the same time get more involved to help people with Down syndrome.

The goal of this project is to include people with Down syndrome in the world of modeling motivating them to develop their personal and professional areas.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como finalidad la enseñanza de Modelaje a personas con Síndrome de Down, con el objetivo de evitar la exclusión estas personas en lo referente al aspecto social, económico y laboral e incentivar a las personas con Síndrome de Down a impulsar sus capacidades.

Tomando la moda en consecuencia el modelaje como la publicidad son profesiones que de cierta manera trabajan juntas. El resultado de este trabajo, se lo puede apreciar dentro de una campaña de concientización e impulso del desarrollo persona y laboral de las personas con Síndrome de Down. Dentro de este mensaje podemos encontrar que las mismas pueden ser también parte esencial, de un profesión de modelos, por lo tanto es fundamental adquirir los conocimientos necesarios del Modelaje para su desarrollo.

La moda es una gran maquinaria comercial, ya que hoy en día estar inmerso dentro de este mundo, es mover mucha gente y dinero, sin lugar a dudas, la moda es una actitud ante la vida.

Por otro lado la falta de servicios de capacitación del giro del negocio ha creado una idiosincrasia de rechazo del mismo.



## CAPÍTULO I

### Introducción

#### 1.01 Justificación

La propuesta realizada por el Gobierno en base al cambio de la matriz productiva según el objetivo #10 del PNBV (Impulsar la transformación de la matriz productiva), tiene como finalidad que los futuros profesionales puedan crear nuevas oportunidades de empleo con implementación de empresas o microempresas para el desarrollo económico del país, tomando en cuenta el objetivo #2 del PNBV (Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad), indica los aspectos sociales y como en la actualidad las personas con síndrome de Down han tenido mayor apoyo no solo por parte de sus familias también del Estado y de la sociedad en general; logrando así que las mismas no se sientan segregadas y puedan impulsarse en cualquier ámbito.

Esto hace que también en el modelaje se los pueda incorporar e impulsar en las personas con síndrome de Down, para que así encuentren un nuevo entorno social, cultural y laboral y poder desempeñarse y demostrar sus habilidades también en el mundo del espectáculo, pasarelas y eventos con la actual genere una mayor acogida que tienen las personas con síndrome de

---

Down por el cariño, ternura y humildad que reflejan, y que poco a poco han logrado un impacto socio-cultural originado un cambio del cerrado pensamiento que se tenían con respecto a las personas con síndrome de Down y poco a poco perdiendo la idiosincrasia y segregación que han tenido.

Al ver que esta profesión requiere de ciertos parámetros, y que al mismo tiempo trabaja directamente con publicidad puede llegar a la conclusión que el modelaje enfocado a personas con síndrome de Down es muy interesante, logrando así un valor agregado que quizá es un punto de partida para que el modelaje hoy en día llegue de cierta manera a completarse.

Tomando en cuenta el área propuesta y el tipo de personas que se va a manejar no solamente a la capacitación y enseñanza a los alumnos para su desenvolvimiento en cualquier ámbito de su vida, ya sea personal o profesional, sino también a promocionar a las personas como tal; en diferentes áreas de cultura de eventos como seminarios, pasarelas, congresos, comerciales, entre otros.

Con una enseñanza personalizada y profesional para aumentar o adquirir sus conocimientos, habilidades, autoestima dejando a un lado su timidez y fortaleciendo cada una de ellas. Además en la actualidad existe un gran aumento de apoyo tanto familiar como profesional a personas con síndrome de Down, tratando de que las mismas tengan una mejor calidad de vida y e incrementen su auto estima.

---

Esto implica al fundamento del proyecto para que las personas con síndrome de Down tengan un nuevo ámbito de desempeño profesional, logrando esto a través de una enseñanza correcta y oportuna con instructores y profesores capacitados para poder manejar todo problema subsistente que se pudiese llegar a presentar en el transcurso de las actividades a realizar, logrando así una mayor acogida, apego y comprensión de cada unidad de aprendizaje.

No es de extrañar que en un mundo movido por el dinero, la superficialidad, la popularidad y el éxito, el sueño de muchos jóvenes sea acabar siendo parte de la imagen de los medios como modelos, actores, lo cual ha conllevado a que exista un nivel de idiosincrasia sumamente arraigado por el pensamiento sistemático que se tiene al solo referirnos como modelos a personas llamadas normales con cualidades físicas ya establecidas para el ámbito.

En un análisis actual nos podemos dar cuenta que la actual oferta de servicios para la discapacidad es amplia, sin embargo en nuestro país, las posibilidades reales de acceso a ellas de un vasto segmento de la población, se ven obstaculizadas debido a sus elevados costos, además estas soluciones en su gran mayoría no corresponden con la idiosincrasia propia del contexto sociocultural, lo que acentúa aún más la discriminación.

## 1.02. Antecedentes del Proyecto

### 1.02.01 El Modelaje

La palabra modelaje deriva de moda, que se refiere a una persona que usa una prenda, ropa, accesorios con el propósito de poder ser exhibidos a terceras personas. Usualmente la profesión como tal se lo asocia al género femenino, pero como tal el modelaje abarca tanto a los hombres como adolescentes y niños.

(Mera 2008, Pág. 8) al referirse a “la moda no se produce en todas las épocas ni en todas las civilizaciones y más bien es un fenómeno consustancial a la vida social, ya que todo hoy en día es parte de un proceso excepcional sobre todo del mundo moderno”. Asimismo es una formación socio-histórica, la misma que se encuentra circunscrita a un tipo de sociedad como la que vivimos. La moda se origina, posiblemente, en el antiguo Egipto, ya que es y fue un país milenario cuya historia se remonta, aproximadamente, al año 3000 antes de Cristo.

Esta fue y sigue siendo una de las culturas más poderosas y ricas de todos los tiempos, en la que los egipcios y egipcias de la antigüedad consideraban los atuendos y accesorios que cubrían sus cuerpos como importantes símbolos religiosos y míticos.

---

Cuando nos referimos a la palabra moda, no únicamente nos referimos a un vestuario, sino a todo lo que lleva consigo, como son sus accesorios, y demás argumentos que van de la mano. Un claro ejemplo es el utilizar estos vestuarios de forma religiosa o mítica, como ya lo mencionamos antes, por el gran significado que éstos poseían y no porque hayan estado de moda, sino porque realmente era una tendencia por el respeto que esto significaba para ellos. Se entiende por tendencia al conjunto de parámetros que en el campo de moda significa que estén en vigencia, a su vez la mezcla, combinación de estilos, e influencias que son impuestas por diferentes temporadas.

En épocas antiguas la forma de vestir respondía a una compleja mentalidad que definía perfectamente y sin ningún tipo de dudas la condición social y la función que cada persona cumplía en la sociedad, un ejemplo más de que la moda se iba convirtiendo en un tipo de tendencia impuesta por la sociedad.

(Mera 2008, Pág. 15) refiriéndose a partir de cierto tiempo, “todo tiene su proceso, desde sus inicios hasta ahora. Sin embargo, es importante indicar que hay algo que se podría considerar como moda en el contexto histórico”. A lo largo de la historia de la humanidad hubo estilos y formas habituales de vestuario que en esencia pueden encasillarse en el marco de la misma, es así el uso de accesorios, tanto como los hábitos de comportamientos sociales y hasta formas y estilos de vida.

---

La moda es un proceso el mismo que se lo vive día a día, sin tomar en cuenta que se encuentra ampliando actitudes en las personas, no solamente por su forma de vestir sino porque origina modelos a seguir, los mismos que son inspirados por el entorno, y dentro de ello, la sociedad.

(Duarte, 2014) al referirse a “La moda es un sistema único de representación humano, el cual le permite a cada quien lucir como quiere, al poder expresar, ante los demás, una idea de sí mismo”.

El modelaje como tal apareció como un instrumento aristocrático de diferenciación de grupos, de clases y así como el embellecimiento personal. Posteriormente en el renacimiento del siglo XV marco un cambio de costumbres así como vestidos ceñidos y amplias faldas y los hombres con barba muy cuidada y cabello largo; por consecuente e inicios del Modernismo se predomina un cambio de modas con faldas por sobrefaldas con su posterior acampanado. Después de todo este constante cambio de estilos y formas de empezar a presentarse la moda con la notable vestidura usada acorde a las nuevas ideologías y cambios culturales.

Para así iniciando 1945 el mercado femenino tomo gran impulso con cosmética y prendas de vestir de colores prendidos y llamativos con la combinación del maquillaje que resulta un cambio controversial para la moda.

(Mera 2008, Pág. 19-21) indica que dándose todos estos cambios a inicios del Siglo XX empiezan a aparecer los primeros desfiles de modas en EEUU,

---

para lograr captar más la atención de los compradores y que los mismos puedan observar las nuevas tendencias de la moda, logrando una gran acogida en compras de la ropa que pudo ser vista en un desfile, asiendo así que todas las tienda de ropa tuvieran sus propios desfiles de moda para así atraer a la clientela. Y por todo esto resulto que las pasarelas se empiecen a dar en formas desorganizadas y muy descontroladas tanto así que se llegaron a dar en lugares peligrosos por falta de espacio.

Debido a esto los diseñadores de ropa empiezan a tener un control más eficiente en los desfiles a comparación de siglos atrás que solo se encargaban de diseñar y crear nuevos estilos de ropa. Y desde ese momento se creó la semana de la Moda o más conocida como la Fashion Week. Con el gran cambio moderno se empieza y abarca la profesión a personas con condiciones específicas de edad, estatura, belleza, entre otros; para conseguir que los artículos presentados resulten muy atractivos para el target a quien se dirige la publicidad o la campaña de comunicación, los periodistas, la televisión.

Comenzando así grandes impactos de moda como los Beatles que causaron furor con su estilo, de cabello largo y flequillo recto que muchos hombres y mujeres lo imitaban, demostrando que al implantar una moda diferente las tendencias cambiarían y las personas lo seguirían.

Los patrones de belleza, variables y pasajeros, han respondido a motivos sociales y económicos. Por ejemplo, las mujeres ricas de antaño debían ser gordas para demostrar que no tenían por qué trabajar y que comían abundantemente.

Lo que hoy tiene éxito y se vende es un cuerpo delgado, ágil y esbelto que demuestre a los demás que puede consumir alimentos escogidos y tiene tiempo suficiente para ir al gimnasio o hacer deporte. Siempre ha habido motivos ocultos detrás de cada prototipo de belleza: si se quiere incrementar el índice de natalidad el ideal de belleza se forma con caderas anchas y pechos grandes; si se quiere ostentar la condición de clase social dominante se muestra la gordura en tiempos de hambruna o crisis; si se quiere mostrar cuidado de la imagen, selección de alimentos, exaltación de la juventud, o cuerpos delgados, casi infantiles; si se quiere mostrar dinamismo, fortaleza física, aventuras y exploraciones varias se presenta un cuerpo más musculoso y un tez más detallada.

(Mera 2008, Pág. 21) al referirse al modelo: no obstante, el modelo postmoderno no se ha impuesto en la publicidad. El canon de belleza femenino tiene una fórmula clave: el culto a la imagen. Se trata de una figura esbelta, altura superior a la media, apariencia deportiva sin incurrir en lo atlético ni excesivamente musculoso, piel tersa y bronceada, ojos grandes, nariz pequeña, boca grande y labios gruesos, medidas publicitarias (90-60-90), senos firmes, simétricos y sólidos, vientre liso, pelo largo (a partir de los 50 también corto), piernas largas y torneadas y, sobre todo, tener menos de treinta años.

La eterna juventud se ha impuesto en la estética: la figura firme, la forma intacta y el resto de la vida por delante para cumplir los grandes sueños.

---

## 1.02.02 La Moda en la Actualidad

Como su palabra lo indica, actualidad es lo novedoso e innovador, la moda en la actualidad implica muchas situaciones, a las cuales nos vemos ligados por el hecho de que cada día se nos imponen situaciones nuevas las mismas a las que estamos expuestos sea por seguir modelos o porque en sí la sociedad nos pide que vayamos acorde con ella. La moda en el ámbito del vestuario es un mundo lleno de fantasías, de colores, diseños, sensacionalismo y mucho glamour.

Dentro de las pasarelas, algunos diseñadores definen el diseñar como crear algo novedoso y sobretodo creativo, que en muchas ocasiones no se lo logrará ver desde el punto de vista artístico.

(Mera 2008, Pág. 30) dice por otro lado, “la moda en cuanto a otros aspectos como lo es el uso de accesorios que hoy en día son netamente necesarios para el mejor desarrollo de algo, son tendencias que si bien es cierto se nos han impuesto, y se han convertido en moda, son impulsadas por la publicidad y obviamente por los medios de comunicación”, pero por otro lado se han vuelto realmente necesarias para un mejor desenvolvimiento de nosotros como seres productivos que somos, un claro ejemplo de esto es el celular, el uso de las memorias USB; incluso el estar delgado son situaciones impuestas por la humanidad; en tiempos atrás esto no era necesario pero hoy en día por varios factores se vuelven realmente necesarios para trabajar, por

---

salud, imagen, entre otros, nos ayudan del tal manera que debemos estar acorde con lo que la humanidad y la sociedad nos pide.

Podemos analizar que por la influencia de medios de comunicación y por ende la influencia misma de la publicidad la moda ha evolucionado a tal punto que se nos presentan situaciones que son parte misma de la moda y que se han impuesto en nuestro diario vivir, por ejemplo, las tendencias nuevas que cada día se nos imponen al vestarnos o al utilizar ciertos accesorios que son parte mismo de que ahora se utiliza.

Hoy la moda ha dejado de ser un fenómeno de élites para convertirse en un fenómeno de masas, ya que todos nosotros deseamos estar a la par, en muchos de los casos la moda impone estilos y por ende lleva con sigo misma, mucha gente detrás, ayudada por los medios de comunicación e influenciada así por la publicidad. (entremodelos.com)

### **1.02.03 La Moda en el Ecuador**

El Ecuador sin duda alguna tiene y posee una historia en cuanto a la moda, comenzaremos relatando que la moda se la viene tratando desde hace mucho tiempo; desde el tiempo de los Incas puesto que desde este momento es que ellos logran trabajar con hilo, tejidos, entre otros, así que existen evidencias a lo largo de la historia en donde demuestran que la moda ha existido durante años.

---

En la época de la conquista es donde los países europeos introdujeron cierto tipo de moda y por primera vez lo hacen de tal manera que la falda larga fue una de sus principales exponentes ya que la misma daba culto a la religión católica. De esta manera haremos un recorrido de la vestimenta y con ella la moda que se utilizó a lo largo de la historia de nuestro país.

(Mera 2008, Pág. 35) indica: en el siglo XVIII y finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, nuestro país el Ecuador recibe influencia por parte de países desarrollados como lo es Francia y con ello llegaron vestidos, accesorios, objetos de decoración, víveres, licores, mobiliario, vajillas y utensilios para la cocina, tapices, cortinas, vajillas de loza, cristalería fina, colecciones de ropa para todas las edades y demás accesorios, e inclusive arquitectura que entró directamente hacia la ciudad de Guayaquil.

El negocio de la moda en nuestro país desde hace un tiempo atrás no era realmente conocido, ni reconocido pero poco a poco es que la gente va concienciando y reconociendo la palabra moda. La moda en nuestro país ha sufrido grandes transformaciones puesto que hoy en día nos otros como consumidores directos de moda buscamos comodidad a diferencia de épocas anteriores donde todos se regían a vestirse como se lo imponían.

Y por la influencia de ciertos países nos comenzaban a inducir en ciertos aspectos, de cierta forma en nuestros días se vive algo similar, ya que estos países son el espejo para el nuestro; por esta razón nos dejamos guiar e imitamos las tendencias que en poco tiempo se irán convirtiendo en moda.

#### **1.02.04 Las Personas con síndrome de Down**

El síndrome de Down es un trastorno genético que puede ser causado por varios factores, siendo uno de ellos la presencia de una copia extra del cromosoma 21 (Trisomía 21), y otro, la duplicación de la región 21q22. Los individuos con este síndrome presentan un grado variable de retraso mental y rasgos físicos peculiares que le dan un aspecto reconocible. Es la causa más frecuente de discapacidad psíquica congénita y debe su nombre a John Langdon Haydon Down, que fue el primero en describir esta alteración genética en 1866.

Más del 90% de casos con este síndrome deben el exceso del cromosoma 21 a un error ocurrido durante la primera división meiótica de la célula germinal (ovario o espermatozoide). La generación del cariotipo 47, XX, +21 en mujeres y 47, XY, +21 en hombres se debe a una disyunción incompleta del material genético.

En el Ecuador, el Gobierno de la Revolución Ciudadana ha asumido el reto de construir una "Patria para todos y todas", una sociedad más justa y solidaria que promueva la inclusión social de todos los sectores, especialmente de aquellos grupos que requieren atención prioritaria como es el caso de las personas con síndrome de Down.

Un gran inconveniente ha sido definir con precisión lo que se entiende por "persona con discapacidad", puesto que varía considerablemente de acuerdo a la

---

metodología de investigación aplicada en cada país y las modificaciones a través del tiempo, por lo cual la información no ha tenido la exactitud deseable.

Así como en el mundo, en el Ecuador la discriminación llegaba a tal punto en décadas pasadas, que se llegaban a ocultar a las personas que tenían algún tipo de discapacidad, sin que nadie supiera de su existencia e inclusive considerándolos monstruos o aberraciones.

Por un lado el aspecto religioso tuvo una fuerte influencia, ya que el poseer una discapacidad ya sea física o mental se consideraba como un castigo que Dios le imponía a la persona y se producía discriminación por parte de su familia.

Una de las principales causales para esto fue el estrecho vínculo que existía entre familias, la descendencia de las familias no se extendía hacia otras familias por mantener un círculo cerrado y gracias a esto se produjeron incestos, como producto los bebés nacían con malformaciones y/o diversas discapacidades. Otro de los factores trascendentales han sido accidentes, ya sean laborales, de tránsito, etc. Por los cuales varias personas se han visto afectadas y no han podido desarrollar con normalidad sus actividades e inclusive han tenido que abandonar su actividad laboral.

Si bien formalmente ha habido numerosos avances en el camino hacia el reconocimiento de la igualdad de oportunidades de las personas hace ya varios años atrás, hace poco recién se ha venido dando el reconocimiento formativo de los derechos de las personas con síndrome de Down.

El cambio del sistema institucional, especialmente en el sistema de seguridad social, salud, educación y empleo se incrementó durante los últimos años y afectó la efectiva vigencia de los derechos humanos económicos, sociales y culturales, en especial, de los grupos en condición más vulnerable, dentro de los cuales se incluyen las personas con síndrome de Down.

La atención específica a las personas con síndrome de Down en el Ecuador, se inicia hace más de medio siglo por iniciativa de madres y padres de personas con síndrome de Down, que en la búsqueda de soluciones encontraron en países desarrollados nuevas alternativas de atención, para cuya aplicación requirieron de la conformación de organizaciones privadas con servicios especializados que den respuesta a la creciente demanda, de preferencia en las áreas de salud y educación. Entre los últimos hitos históricos más relevantes se pueden citar los siguientes:

- En las décadas del 40 al 60, la intervención estructurada y sistemática de las entidades gubernamentales gira en torno a la creación de las primeras escuelas de educación especial, priorizando las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil,
- En la década del 70, gracias a las condiciones económicas favorables relacionadas con la explotación petrolera, el sector público desarrolla importantes acciones en los campos de educación, salud y bienestar social. Se crean varios servicios, organismos técnico-administrativos; y, se emiten normativas y reglamentaciones.

**Destacan:**

En 1973 la creación del CONAREP (Consejo Nacional de Rehabilitación Profesional) para el diagnóstico, evaluación, formación ocupacional e inserción laboral de las personas con síndrome de Down. Asimismo, al amparo de otro decreto, se crea el beneficio de exoneración de impuestos para la importación de vehículos ortopédicos para personas con síndrome de Down y discapacidad física.

En 1977 se expide la Ley General de Educación, que puntualizó como responsabilidad del Estado, la educación especial; y, En abril de 1979 se crea la Unidad de Educación Especial, como organismo técnico y regulador del subsistema.

En 1980, se crea la División Nacional de Rehabilitación del Ministerio de Salud Pública, que organizó e implementó los servicios de medicina física y rehabilitación en las diferentes unidades médicas del sistema nacional de salud en varias provincias del país, ampliándose la cobertura asistencial que, con anterioridad, brindaban las unidades médicas de la seguridad social exclusivamente a sus afiliados.

Los esfuerzos realizados en Ecuador durante las décadas anteriores, fueron bien intencionados pero desordenados, con duplicidad de acciones y dispersión de recursos, problemas que asociados a la crisis económica nacional redujeron ostensiblemente la oferta de servicios orientados a las personas con síndrome de Down.

Durante la década de los 90, el CONADIS (Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades), impulsó acciones concretas de cobertura nacional, fundamentalmente, en cuanto a la expedición de políticas generales y sectoriales, normatividad sobre regulación de beneficios especiales, definición de competencias ministeriales; promoción y fortalecimiento de las organizaciones de personas con síndrome de Down a través de cinco federaciones nacionales: FEPAPDEM (Federación Ecuatoriana Pro Atención a la Persona con Discapacidad Intelectual Parálisis Cerebral, Autismo y Síndrome de Down), y FENODIS (Federación Nacional de ONG para la Atención de las Discapacidades). Impulsó la capacitación de personas con síndrome de Down y profesionales relacionados con este ámbito; información y sensibilización comunitaria sobre el tema; y, establecimiento de mecanismos de coordinación de las entidades públicas y privadas.

En el año 2001, Naciones Unidas otorga al país el premio internacional Franklin Delano Roosevelt, siendo el primer país latinoamericano en recibir esta distinción por haber realizado un trabajo destacado, de carácter intersectorial e interinstitucional que logró avances significativos, siendo referente para algunos países de América Latina y el Caribe.

El CONADIS ha sido el ente rector de políticas en discapacidad y articulador de todos los sectores de la comunidad para desarrollar acciones en tres ejes temáticos: prevención, atención e integración, con el propósito de prevenir las discapacidades y elevar la calidad de vida de las personas con síndrome de Down, en base a la ejecución del I y II Plan Nacional de Discapacidades (2005).

El 25 de septiembre de 2012, se publica la Ley Orgánica de Discapacidad en el Registro Oficial N° 796 la cual asegura la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantiza así la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con síndrome de Down.

En este contexto se habla que mediante el decreto del 30 de mayo del 2013, se conforma la Secretaría Técnica de Discapacidades, con la finalidad de seguir adelante con la iniciativa del ex-Vicepresidente del Ecuador Lcdo. Lenín Moreno, referente a personas con síndrome de Down.

## CAPÍTULO II

### Análisis Situacional

#### 2.01. Ambiente Externo

##### 2.01.01 Factor económico

###### 2.01.01.01 Inflación

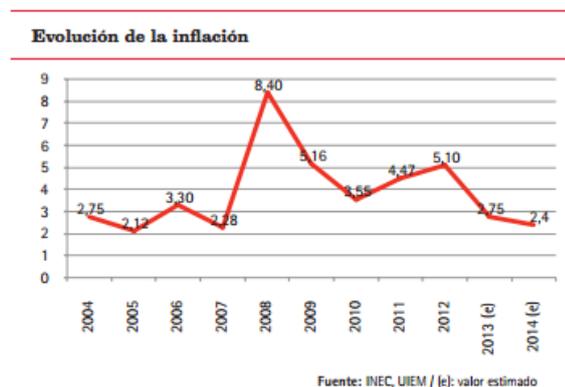
La Inflación es el incremento constante y permanente de precios de productos de primera necesidad de la canasta básica familiar, la cual implica por ende una pérdida en el poder de compra del dinero, dándose así que las personas cada vez comprarían menos con sus ingresos, ya que en los periodos de inflación los precios de los bienes o servicios crecen a una tasa mayor a la de los salarios.

Los factores que se generan por una inflación son comúnmente por incremento de demanda, por exceso de dinero en circulación o cambio de los factores productivos, y esto puede implicar un efector devastador en algunos sectores.

Lo cual afecta a inversiones productivas, a la balanza de pagos, misma que lleva a un descontrolado e inestable alza de precios del país y los productos extranjeros se vuelven más baratos, para poder controlarlo es necesario la devaluación o elevación de insumos importados.

La Inflación es medida estadísticamente por medio del IPCU (Índice de Precios al Consumidor Urbano), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estatus medios y bajos por medio de encuestas en los hogares.

*Ilustración 1Inflación.*



*Fuente: Banco Central del Ecuador*

Análisis: La actual tendencia decreciente de la inflación indica que la estabilidad económica del país ayuda a la misma, lo cual implica un impacto de riesgo de carácter Bajo en el proyecto.

### 2.01.01.02 Tasas de Interés

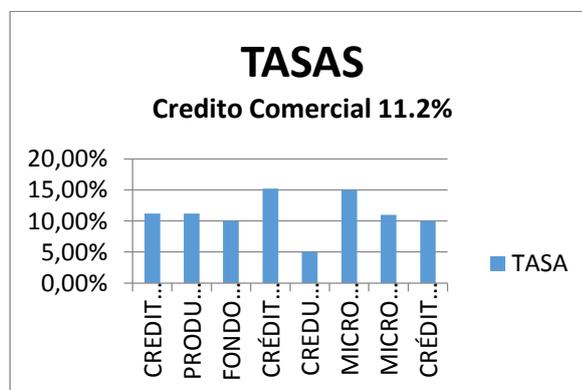
Es el rendimiento porcentual que se paga durante un periodo de un préstamo, el cual debe cobrarse o pagarse por ser prestado dicho dinero siendo exento de riesgos que están ya asegurados por clausulas adecuadas.

Dándose a entender que la tasa de interés es un porcentaje que da lugar a un rendimiento después de un plazo determinado y más que un precio es una tasa de cambio que depende del monto del capital de una transacción involucrada como un préstamo o contrato de crédito. Existen dos tipos de tasa de interés: Tasas Activas y Tasas Pasivas.

#### 2.01.01.02.01: Tasa Activa

Es aquella que es cobrada por créditos que se conceden a clientes por entidades bancarias y los intereses que generan contribuyen al principal ingreso de las instituciones, las tasas activas siempre serán más altas que las tasas pasivas para que exista un margen bruto a favor de la institución.

Ilustración 2 Tasa Activa



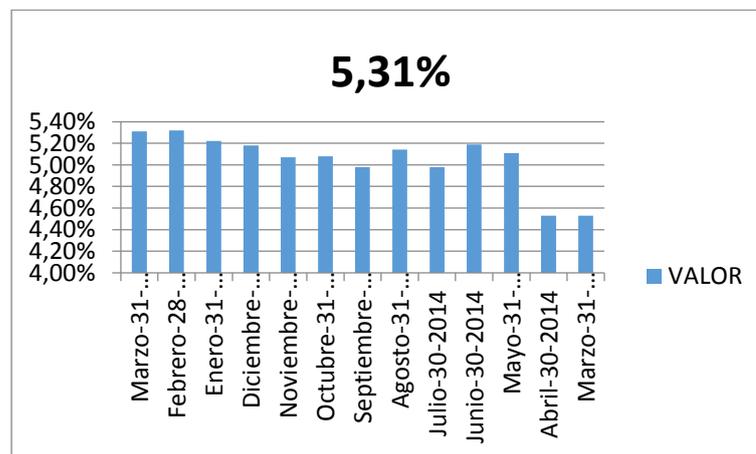
Elaborado por: Erick Marín

Análisis: la tasa Activa a indo decreciendo según los datos del Banco Central de Ecuador. La cual tiene un impacto alto al proyecto ya que se necesita de un préstamo bancario.

### 2.01.01.02.02: Tasa Pasiva

Las tasas pasivas son las que pagan las entidades bancarias al estado a través del dinero captado por la recaudación de interés a los cuenta ahorristas, cuenta correntistas y tarjetas de crédito.

Ilustración 3 Tasa Pasiva



Elaborado por: Erick Marín

La tasa Activa tiene un impacto alto en el proyecto ya que para la iniciación del mismo se necesita empezar con un préstamo bancario, dependiendo de la tasa de interés del crédito será viable o no por el capital solicitado.

La tasa pasiva tiene un impacto bajo en el proyecto ya que no interfiere en el proyecto los pagos de los bancos a la SBS.

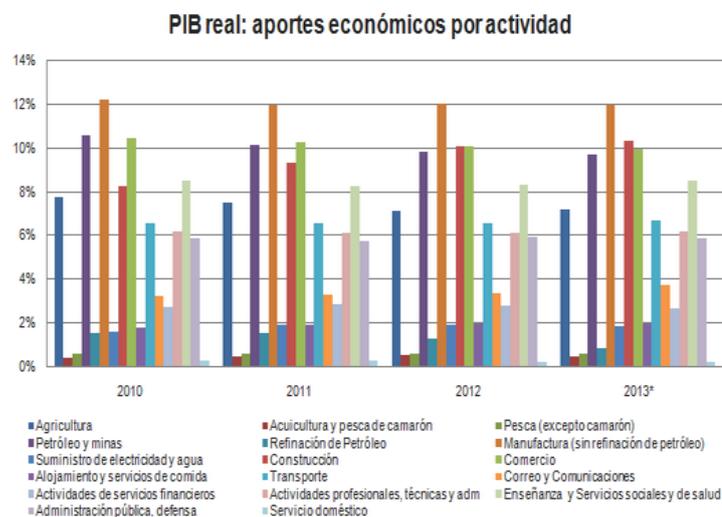
### 2.01.01.03. PIB

Es el valor monetario de la producción de todos los bienes y servicios dados en un país en un rango de año. Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas del país que están dentro del territorio y el cual refleja la competitividad de las empresas.

El PIB no toma en cuenta las actividades producidas que afectan el bien estar pero que no generan transacciones así como los voluntariados o amas de casa. Además no se toma en cuenta la depreciación del capital.

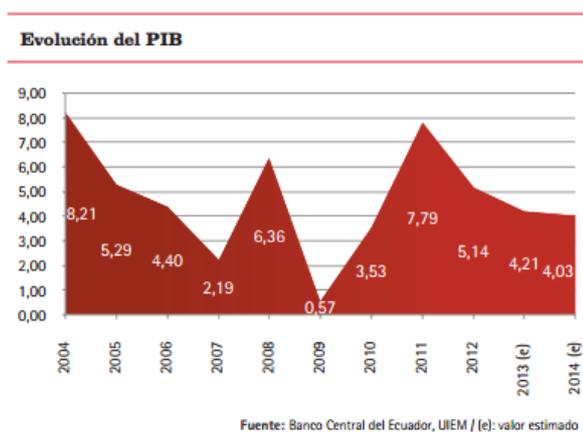
El incremento del PIB representa mayores ingresos para el gobierno a través de los impuestos, lo cual hace que el gobierno fortalezca las condiciones de las empresas existentes para que sigan creciendo.

Ilustración 4 PIB Real



Fuente: datosmacro.com

Ilustración 5 Evolución PIB



Fuente: *datosmacro.com*

Análisis: el crecimiento del PIB tiene un impacto positivo de carácter medio en el proyecto ya que entre más aumente el PIB, mayor son los ingresos de los Ecuatorianos y por ende al fortalecer las empresas el precio de los servicios prestados pueden ser mayores.

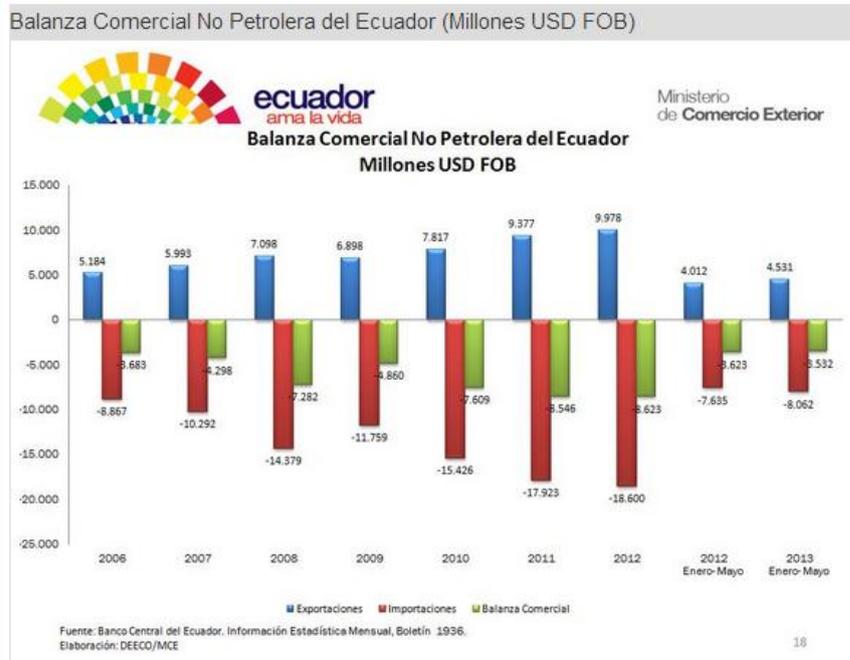
### 2.01.01.03. Balanza Comercial

La Balanza Comercial permite diferenciar las importaciones de las exportaciones y sintetiza las transacciones que una economía realiza con el resto del mundo, puede tenerse un saldo negativo cuando las importaciones superan en números grandes a las exportaciones y se la divide en balanza de bienes y balanza de servicios.

Los factores que pueden afectar la balanza comercial son los costos de producción de los productos o servicios exportados, y tener una balanza positiva ayuda al crecimiento del PIB. El cambio de fuentes de las cifras de la balanza no afecta a las

cuentas nacionales puesto que con la venta de Petróleo o productos no petroleros se trata de estabilizar la economía.

Ilustración 6 Balanza Comercial



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Análisis: el impacto de la balanza comercial en el proyecto es bajo ya que el tipo de servicio a prestar no tiene vinculación con las exportaciones.

## 2.01.02 Factor Social y Cultural

### 2.01.02.01. Sociedad

La sociedad es la agrupación de individuos, pueblos o naciones que conviven y se relacionan bajo leyes comunes. Así un país de modo soberano tiene como obligación de presentar aportes y mejoras al país, es por eso que en Ecuador actualmente se está fundamentando con mayor profundidad el intercambio y conocimiento pluricultural que tenemos.

La sociedad actual con una mejor calidad de vida es más exigente y siempre pide productos o servicios de mejor calidad lo cual todas las empresas siempre tienen que mejorar, innovar y actualizarse para estar un paso a delante de los pedidos de los clientes.

El crecimiento y desarrollo del país a echo que la sociedad tenga un nivel de conocimiento más elevado y en el ámbito de las personas con síndrome de Down es hace que exista el apoyo requerido que necesitan y hace que cada vez más se encuentren mejor para que las personas con síndrome de Down tengan una mejor calidad de vida y a su vez el apoyo familiar que tienen los mismos ayuda a que las personas con síndrome de Down puedan desarrollarse como profesionales en más ámbitos sociales.

Es cierto que la mayor parte de personas con síndrome de Down son de clase media a media baja y esto hace que exista un impacto de rechazo al creer que no pueden ser modelos las personas con síndrome de Down, pero por otro lado las constantes campañas del Gobierno y el apoyo actual hace que la sociedad apoye y acepte con mayor frecuencia a las personas con síndrome de Down. Y ayuda a que el proyecto tenga un nivel alto de aceptación.

#### **2.01.02.02. Cultura**

Ecuador se identifica como una nación multiétnica y pluricultural, y que en sus cuatro regiones tienen diferentes prácticas culturales teniendo mucha

---

diversificación esto hace que el proyecto tengo un impacto de nivel medio por el mismo hecho de que no en todas las culturas será aceptado el mismo. Y por otro lado el desconocimiento de las tendencias del modelaje y sus aportes en la sociedad.

Pero en su mayor parte la cultura actual ecuatoriana ha cambiado constantemente y hace que las personas con síndrome de Down ya no sean incluidos en la vida social y cultural, y ver en una pasarela a personas con síndrome de Down tiene una aceptación alta.

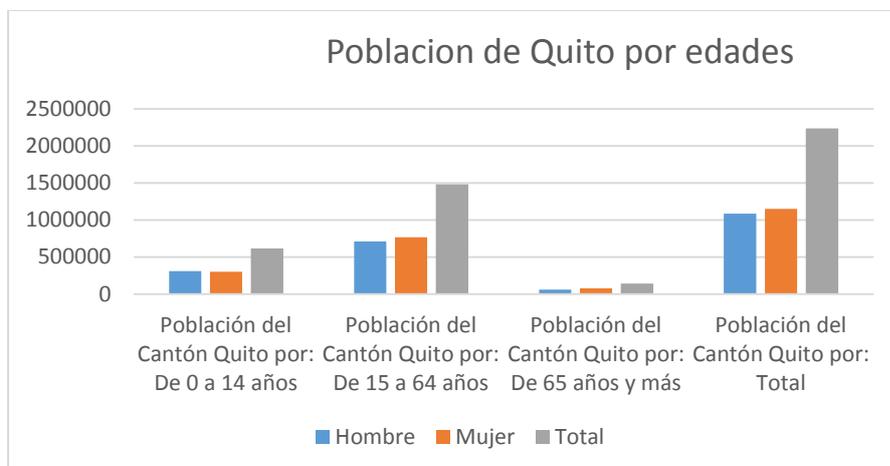
### ***2.01.02.03. Población***

Ecuador tiene una población actual de 15.492.264 personas. Con una tasa de crecimiento anual de 1.5%. De la cual solo en Quito existen 2.239.192.

El beneficio del proyecto a la población en general es poder demostrar que como ciudadanos podemos salir adelante en cualquier ámbito de cultura y demostrando un apoyo elevado a todas las personas y en especial a las personas con síndrome de Down.

Podemos identificar la cantidad de pobladores por edad en la Ciudad de Quito y con el mismo se puede ver cuántos son los posibles clientes. Así como cuantas personas con síndrome de Down existen en la ciudad.

Ilustración 7 Población de Quito



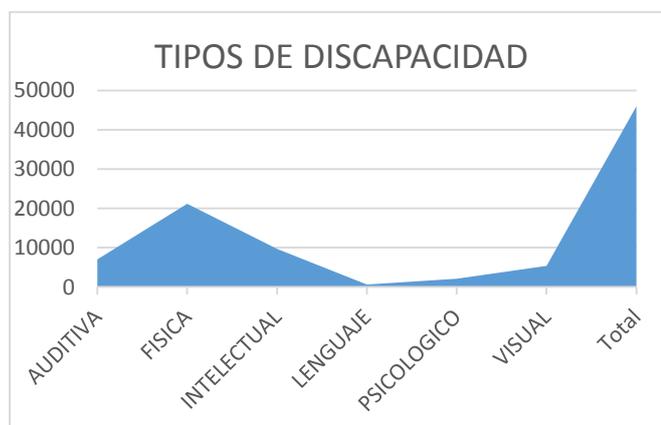
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 1 # de Discapacidades

TIPO DE DISCAPACIDAD								
	Auditiva	Física	Intelectual	Lenguaje	Mental	Psicológico	Visual	Total
PICHINCHA	8808	26124	12433	797	915	1782	6683	57542
QUITO	7725	23236	10654	686	814	1657	6006	50778

Fuente: CONADIS

Ilustración 8 Discapacidades



Elaborado por: Erick Marín

#### **2.01.02.04. PEA**

La población económicamente activa de un país está representada por la cantidad de personas que están integradas en el mercado de trabajo, es decir que tienen un empleo o lo busca actualmente.

La participación de la población económicamente activa en Ecuador ha sido variable ya que a lo largo del último periodo se registró una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al 2013, alcanzando el 83,2%, es decir que el 16,8% restante, de un total del 100%, en este contexto, la población en edad de trabajar estuvo representada por la PEA en un 55,2% y por la población económicamente inactiva en un 44,8%.

El impacto del PEA para el proyecto es fundamental ya que mientras menos personas con empleo existan menos posibilidades de ingresos para la empresa habrá, y mientras más empleados exista más posibilidades de ingreso habrá, fundamentalmente por el costo del precio del servicio a dar.

### **2.01.03 Factor legal**

#### **2.01.03.01 Situación Política del País**

Tomando en cuenta que uno de los presidentes interinos duró sólo seis días. Algunos lograron completar sus períodos. Dos fueron derrocados con revueltas

---

populares y uno por un golpe. Esto es tan solo una pequeña muestra de cómo era el país antes del gobierno de Correa.

Después de ganar las elecciones presidenciales Rafael Correa, con gran diferencia de puntos frente a sus opositores, Correa se convirtió en el primer presidente en la historia de Ecuador que ha gobernado por tres periodos consecutivos. Para 2006, las condiciones estaban dadas para que alguien que prometiera reformas sociales asumiera el poder. Rafael Correa, economista educado en Bélgica, fue elegido bajo la promesa de redistribuir la riqueza.

(Ralph Muphine, 2006) "El país siempre había estado en manos de un grupo pequeño de personas", consultor político que asesoró a Correa durante la campaña electoral de 2006.

(Muphine, 2006) "Correa vio una gran oportunidad en esto", agrega que su campaña tomó como modelo el enfoque del fallecido presidente venezolano Hugo Chávez, con quien a menudo se compara a Correa.

Gracias a los altos precios de crudo de fines de la primera década del siglo XXI, Correa construyó carreteras, escuelas y hospitales, e invirtió en programas sociales, ofreciendo educación y salud gratuitas.

---

También se esforzó por expandir el pago mensual de efectivo conocido como Bono del Desarrollo Humano. Cerca de 1,2 millones de personas en este país de 14,5 millones se vieron beneficiadas con el pago de US\$50.

Como gesto para la población indígena ecuatoriana, que votó en grandes números por Correa, se aprobó en 2008 una nueva constitución que reconoció el derecho a la naturaleza, un concepto que surge de la noción indígena de Madre Tierra o Pachamama.

Correa también oficializó junto con el español, el quechua y el shuar, las dos lenguas indígenas más habladas en el país. Estas fueron medidas importantes en un país con una enorme biodiversidad y con 14 etnias indígenas.

El gobierno dice que va a desarrollar el turismo como fuente alternativa de ingresos, pero los críticos señalan que Correa no se ha movido muy lejos de un modelo económico basado en la extracción de recursos naturales.

Se esperan nuevos proyectos petroleros y mineros en áreas prístinas en la cuenca del Amazonas, lo cual ha causado enorme descontento entre líderes indígenas que apoyaron a Correa en elecciones previas. Hasta ahora, Correa ha logrado afrontar problemas sociales y económicos de larga data, y ha tomado algunas medidas hacia un país más igualitario y moderno.

Se ha comprometido a llevar a cabo más reformas pero los críticos están preocupados porque esto, dicen, podría profundizar el control que tiene sobre los medios y los tribunales. Su siguiente desafío será buscar a alguien que pueda sucederlo en 2017, ya que la Constitución no le permite una nueva reelección.

Hasta ahora sigue gozando una alta popularidad pero queda por verse si para cuando termine su mandato sus medidas darán a Ecuador un futuro más próspero a largo plazo.

#### ***2.01.03.02 Gubernamental***

El gobierno aliancista de Correa pudo responder al deseo de cambio del pueblo ecuatoriano. Se mencionan varias de las medidas y políticas adoptadas económicas, destacando la coherencia que hay entre los planteamientos programáticos originales y las políticas del gobierno.

La nueva Constitución propone superar el viejo estatus que creó situaciones de ingobernanza, ilegitimidad e ineficacia. Detalla tres de los aspectos que le parecen centrales en: el desarrollo sustentable/sostenible; la profundización de los Derechos Humanos y sus garantías; la recuperación y el fortalecimiento del Estado, y la profundización del régimen democrático.

La transformación histórica en el país ha estado signada por sucesivas convocatorias electorales encaminadas a organizar la Asamblea Constituyente y aprobar una nueva Constitución, a fin de resolver el desfase entre la reestructuración del poder del Estado -que se dio luego de la debacle financiera ocurrida en el Ecuador en 1999- y la organización del nuevo régimen político atascado por el “reinado” oligárquico neoliberal de los últimos decenios.

Las políticas públicas asumidas por Rafael Correa en los primeros 20 meses de su gobierno, desde enero de 2007 hasta antes de la crisis mundial desatada en octubre de 2008, expresan por otra parte la línea ideológica y programática de la “Revolución Ciudadana” reconocida por unos como el Socialismo del Siglo XXI, y por otros como una ideología neo-desarrollista encaminada a la reestructuración del poder del Estado.

Por otra parte las reformas dadas para el apoyo a personas con discapacitadas han sido cada vez mejor y con el ex presidente Lenin Moreno al ser discapacitado de igual forma se profundizo el tema de reformas y apoyo a estas personas.

361.3487 personas con síndrome de Down existen en el país, a pesar de la existencia de leyes a favor de este sector de la sociedad, aún persiste la discriminación. En su caso dado, una persona amputada la pierna, tiene derecho el descuento del 50% en las tarifas de transporte, pero cuando quieren viajar de una

---

provincia a otra no se los son concedidos estos beneficios, y las denuncia en la Defensoría del Pueblo deberían ser inmediatas. (Ley Orgánica de Discapacidades).

Hay muchos prejuicios sociales, se los rechazan de manera inconsciente, además se asegura que se ha sentido discriminados incluso en su propio trabajo, por bromas pesadas, el tema de accesibilidad a edificios y oficinas también ha sido un tema importante a tratar.

Según la Secretaría Técnica de Discapacidades, dentro de los proyectos que mantiene, entre el 2010 y el 2013 se ha logrado la inclusión laboral de 60.758 personas con síndrome de Down, otras 20.172 se benefician del bono Joaquín Gallegos Lara, se han entregado 8.854 soluciones habitacionales, 5.072 casas equipadas, entre otros apoyo.

Se reconoce que todavía hay mucho camino por recorrer, ya que no se ha logrado una inclusión integral. Hay que trabajar en la accesibilidad universal y eliminar barreras de tipo físico, tecnológico, comunicación al informativo. En sentido es necesario sensibilizar sobre la situación que viven estos sectores, no por la simple solidaridad, sino porque son personas con derechos, dijo el funcionario.

Según el registro del CONADIS, Guayas es la provincia que mayor número de personas con síndrome de Down tiene registradas: 80.698, seguido de Pichincha

con 51.665. Sobre las causas, a escala nacional, 172.600 por enfermedad adquirida, 115.647 de origen genético/congénito, 15.473 por accidentes de tránsito, entre otros.

La responsabilidad de registrar y evaluar a las personas con síndrome de Down, dicha función era realizada por el CONADIS, fueron atendidas 102 mil personas, la mayoría de ellos corresponden a recalificaciones. La Ley Orgánica de Discapacidades, aprobada en el mes de septiembre del año 2012, determinó que la autoridad sanitaria nacional será la encargada de realizar los procesos de registro de personas con síndrome de Down.

Por esto, en las 272 unidades de atención, de las que el 90% corresponde a centros de salud y el resto a hospitales provinciales y dos hospitales de especialidad, se hacen los exámenes para evaluar el tipo y porcentaje de discapacidad, antes de entregar los carnés.

Actualmente, el proceso de recalificación solamente es obligatorio para los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, quienes tienen plazo hasta el 31 de enero del próximo año para realizarlo.

Sin embargo, a partir del segundo trimestre de 2014 iniciará un nuevo proceso de registro que será obligatorio para todos, explicó el director nacional de Discapacidades, Rehabilitación y Cuidados Especiales en Salud, Juan Carlos Panchi.

---

En el país, 1.080 profesionales están capacitados para realizar los exámenes, entre médicos, psicólogos y trabajadores sociales. Ellos reciben a la persona, que durante alrededor de una hora a una hora y media pasa por exámenes médicos y psicológicos.

Hasta el momento, 91.600 discapacitados han sido recalificados y 10.500 han ingresado al sistema por primera vez. La mayoría, alrededor del 85%, recibe el Bono de Desarrollo Humano.

La necesidad de disponer de una información más completa sobre las aptitudes de los empleados con discapacidad, y de cómo sus discapacidades pueden afectar a sus trabajos se hizo muy palpable en otro estudio llevado a cabo por el Centro de Recursos en el que se pretendían identificar las necesidades de formación en el trabajo relacionadas con la problemática de la discapacidad.

En este estudio entrevistamos a 34 personas con síndrome de Down es, principalmente de tipo físico y sensorial, y a otros 36 trabajadores, la mayoría de los cuáles eran supervisores y directores.

La Misión Solidaria Manuela Espejo parte de una investigación social y clínica para estudiar y registrar a todas las personas con síndrome de Down; esto permite conocer con exactitud quiénes son, cuántos son, dónde están, cómo están y

que necesitan todas y cada una de las personas con síndrome de Down que habitan el territorio ecuatoriano. Como consecuencia de ese registro, nace el programa “Joaquín Gallegos Lara”, que consiste en la asignación de un bono económico que se entrega a la persona encargada de cuidar a una persona con discapacidad severa física o intelectual en un entorno de pobreza extrema.

La Misión Solidaria Manuela Espejo en un primer momento fue un estudio científico - médico para determinar las causas de las discapacidades con el fin de delinear políticas de Estado reales, que abarquen múltiples áreas como salud, educación y bienestar social. Esta investigación surge ante la falta de estadísticas serias que le permitan a la administración pública tomar decisiones o planificar programas dirigidos a prevenir o atender eficientemente a las personas con síndrome de Down.

Por primera vez en la historia del país, médicos, genetistas, psicólogos y especialistas en Salud, acompañados de militares y guías comunitarios se desplazaron a los lugares más apartados y recónditos de las diferentes provincias del Ecuador, con el fin de registrar y prestar atención médica a una población que ha permanecido marginada durante muchos años durante su existencia. Desde julio del 2009 a noviembre del 2011, las brigadas de la Misión Solidaria Manuela Espejo, visitaron 1'286.331 hogares en 24 provincias y 221 cantones del Ecuador, estudiando y localizando a 294.611 personas con síndrome de Down, quienes son atendidas de manera integral en el marco de la fase de respuesta.

En el marco del estudio de la Misión Solidaria Manuela Espejo se realizaron 825.576 atenciones médicas a personas con síndrome de Down o a familiares. Se efectuaron también 21.062 consultas de genetistas y 35.257 consultas de otros especialistas; se registraron 26.327 casos críticos, que fueron atendidos urgente y oportunamente por la red pública de Salud. Estos datos arrojan una prevalencia de 2,43% de personas con síndrome de Down a nivel nacional.

Una vez identificadas las necesidades de las personas con síndrome de Down, en la fase de diagnóstico, la Misión Solidaria "Manuela Espejo" emprendió una fase de atención integral para llegar con ayudas técnicas (colchones y cojines anti-escaras, sillas de ruedas, especiales, para evacuar, bastones de diversos tipos, pañales, protectores de colchones, bideles entre otros), atención médica, vivienda y bono de 240 dólares en caso de requerirlo, además de rehabilitación, nutrición, derechos y autoestima.

Para esta fase se cuenta con brigadas que están conformadas por un especialista en salud, militar, conductor y un voluntario, quienes se encargan de entregar las ayudas técnicas en cada hogar de las personas con síndrome de Down.

Hasta el enero del 2012 se han entregado 265.515 ayudas técnicas a 130.254 beneficiarios. La Misión Solidaria Manuela Espejo en vista de las necesidades de mejorar la calidad de vida de las personas con síndrome de Down impulsó también la

construcción de 4.400 viviendas entre el 2010 y 2011 y se espera construir 6.000 más en el 2012.

(Misión Solidaria Manuela Espejo), inició el proceso de entrega de las últimas 216.285 ayudas técnicas, 6000 viviendas y el monitoreo de los 14.479 beneficiarios del programa Joaquín Gallegos Lara. Este trabajo previsto para este 2012 se realizará en las provincias de Zamora, Morona, Loja, El Oro, Galápagos, Guayas y Pichincha en beneficio de 85.891 personas con síndrome de Down, que fueron estudiadas y atendidas por las brigadas médicas.

### ***2.01.03.03 Legal***

El presente proyecto será creado como compañía limitada y que se caracterizara por el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias que se rigen en el país, para ello se requiere observar los procedimientos que la ley establece.

Village Models constituirá como una institución económica de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización personal. Su capital no superara los USD \$ 30.000,00 y el número de trabajadores no sobrepasaran de 10 personas. Se aplicara la autogestión y tendrá gran capacidad de adaptarse al medio.

---

Para la legalización de este tipo de compañías limitadas, se lo realizara previo el cumplimiento de los siguientes requerimientos:

Aprobación del nombre de la compañía. Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación y reservación en la Superintendencia de Compañías. En caso de que no esté registrado por otra persona se tiene un plazo de 30 días de reserva, si se lo necesita se puede ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después se debe acercar a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio. (Art. 36 Ley de Compañías)

Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría. (Art. 37 Ley de Compañías).

Registro mercantil. Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta

para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente. (Art. 38 al 41 Ley de Compañías)

Súper de Compañías. Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

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

El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;

El objeto social, debidamente concretado;

Su denominación y duración;

El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

---

La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

El domicilio de la compañía;

La forma de administración y las facultades de los administradores;

La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

Las normas de reparto de utilidades;

La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

Crear el RUC de tu empresa como último paso. (Ar. 40 Ley de Compañías)

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

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

Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.

Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).

Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial. Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.

Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).

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

se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

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

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

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

---

anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

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

Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.

Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

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

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

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

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

A nivel municipal se deberá efectuar:

- Permisos de funcionamiento de los locales comerciales uso de suelo
- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

## Patentes Municipales

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

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios
- Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.
- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
- Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio

- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
  
- Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos.
- Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:
  - Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
  - Fotocopia nítida del RUC actualizado.
  - Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
  - Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
  - Nombramiento del representante legal si es compañía.
  - Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
  - Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

---

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

Apertura de Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía. La compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros con los siguientes requisitos:

Solicitud de apertura de cuenta.

Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.

Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.

Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

(PNBV 2015), Así como para el establecimiento del presente proyecto se ha tomado como referencia el Plan Nacional del Buen Vivir y los fundamentos para una mejor calidad de vida de todos los ecuatorianos y específicamente las personas con síndrome de Down las cuales también están incluidas en la Matriz Productiva y para ellos se debe referir la Ley Orgánica de Discapacidades y las Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), para poder tener todas las medidas adecuadas en el futuro establecimiento por el manejo de personas con síndrome de Down ya que las mismas requieren cuidados especiales.

---

#### **2.01.04 Factor Tecnológico**

El factor tecnológico influyente en la empresa, es básico; ya que se necesita maquinaria básica de iluminación, sonido, efectos especiales, para los cursos normales, y para la presentación de eventos se necesita maquinaria con mayor tecnología. Al igual que equipos de computación para el control de alumnos y registros contables.

#### **2.02 Entorno Local**

##### **2.02.01 Clientes**

(Guevara 2014), Persona natural o jurídica que consume los productos o servicios que una determinada empresa ofrece.

El cliente actual es más exigente y día a día; hay que renovar los métodos de enseñanza y buscar mejoras para poder satisfacer las necesidades exigentes del cliente. Tomando en cuenta los servicios que la empresa va a ofrecer y lo que el cliente necesita para poder cumplir con sus expectativas.

Los principales clientes son las personas con síndrome de Down, ya que el giro de la empresa es enfocada directamente a ellos y a que aprendan modelaje artístico para que pueden desempeñar lo aprendido en sus vidas personales y profesionales.

El rango de clientes estaría competido entre niños de 5 años a personas de 30 años, esto debido a que el modelaje es una carrera exigente, pero con la innovación

del proyecto pude sufrir ciertos cambios de acuerdo al aspecto socio cultural que vaya tornado al momento de la implementación del mismo.

El poder de negociación con el cliente es variable ya que después de establecer precios de los cursos, siempre existirán promociones, becas u incentivos que logre una fidelización con el cliente y el mismo pueda promover la empresa dándola a conocer a más personas dando como resultados mayores ingresos y el cliente al llevar más clientes puede obtener recompensas. Por ende el poder de negociación con el cliente siempre será variante y de acuerdo a la necesidad de la empresa.

### **2.02.02 Proveedores**

El proveedor es una persona o empresa que abastece a otras empresas con artículos, los cuales acorde a las necesidades serán transformados para venderlos o usarlos en su beneficio, estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocios principales de la empresa que adquiere estos implementos.

Los proveedores principales en la empresa son los de ropa, maquillaje, lencería, luces, audio y sonido, presentadores para complementar escenarios y eventos publicitarios los cuales necesitan de muchos implementos para poder presentarse en escena.

Como proveedores secundarios son los proveedores de insumos para oficina los cuales son en menor cantidad.

---

### **Tabla 2 Proveedores**

---

PROVEEDORES	
EMPRESA	DETALLE
AMESTUDIO	LUCES DE ESCENARIO
AMESTUDIO	EQUIPOS DE AUDIO Y SONIDO
YAMBAL	MAQUILLAJE
PACO	INSUMOS DE OFICINA
MEGAKIWI	INSUMOS DE LIMPIEZA

Elaborado por: Erick Marín

El poder de negociación con los proveedores va acorde a la necesidades de la empresa por que los eventos, desfiles no son tan concurrentes como las clases en las que se necesita de insumos acorde a las clases que se den.

### 2.02.03 Competidores

Los competidores son empresas que tiene la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, siendo su clasificación como competidores directos, ellos los que ofrecen el servicio o producto igual o similar al de otra empresa; y los competidores indirectos que son aquellas empresas que se dirigen parcialmente al mismo mercado en referencia pero el grado de variación de la oferta no es significativo.

Los competidores en la empresa son indirectos por qué no ofrecen cursos de modelaje a personas con síndrome de Down es, al contrario del presente proyecto que tiene como innovación la dedicación solo al segmento de enseñanza a personas con síndrome de Down. También Fundaciones o escuelas de capacitación para personas con síndrome de Down por tener otro tipo de alternativas de estudio.

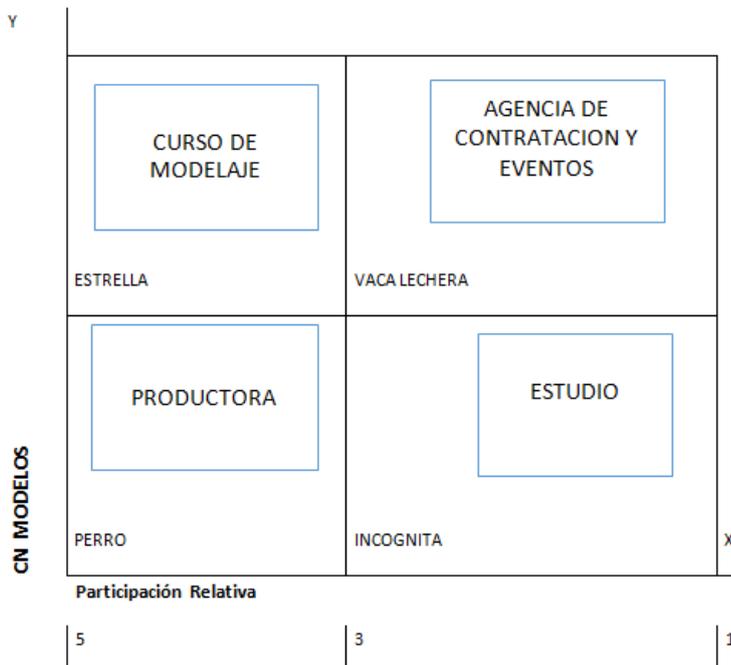
---

Sin dejar en referencia que los mismos se pueden llegar a ser competidores directos ya que al ver la factibilidad del proyecto lo pueden implementar en sus empresas.

Algunos de los principales competidores como escuelas de modelaje en la ciudad es CN Modelos, seguido de Glamour y Studio Moda mostrándose como las principales Escuelas y Agencias de Modelaje por su trayectoria a través de los años y el desempeño que han llevado sus modelos. Y como fundaciones o escuelas de capacitación tenemos a Fundación EINA, fundación Esperanza. Mostrando sus propuestas de mercado de la siguiente forma:

Ilustración 9 Competidores CN Modelos

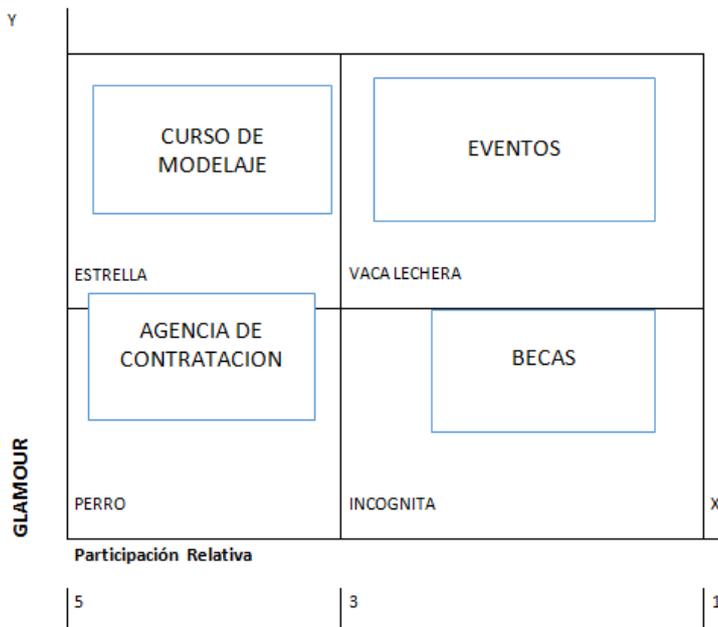
- CN Modelos



Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 10 Competidores Glamour

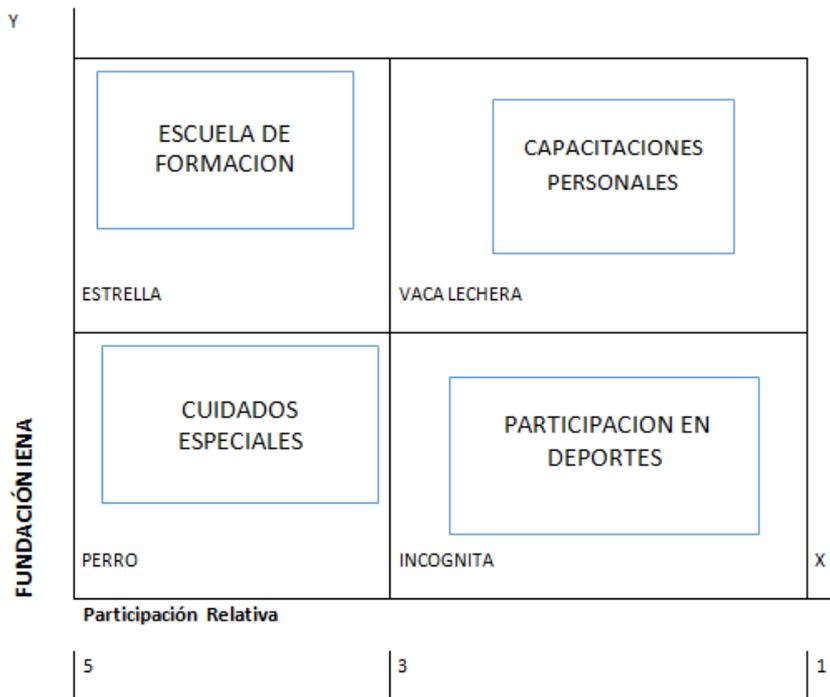
Glamour:



Elaborado por: Erick Marín

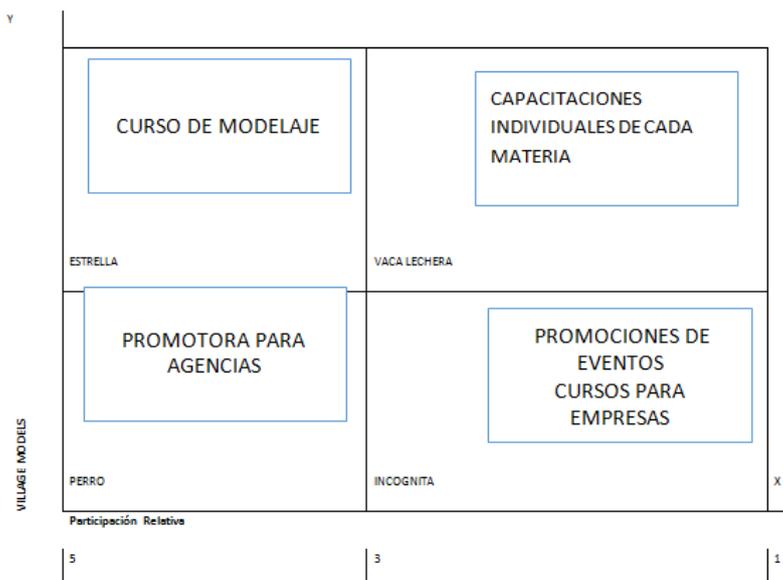
Ilustración 11 Competidores Fundación EINA

• Fundación EINA



Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 12 Village Models



Elaborado por: Erick Marín

Al identificar que los Cursos de Modelaje Tienen un impacto de Crecimiento de Mercado alto con una participación Relativa, el objetivo principal es permanecer en este nivel de mercado, ya que al subirlo a producto estrella deberemos estar a mejor nivel que la competencia y siempre mejorarlo para que no sea superado, y como se trata de una empresa nueva no va a tener tanto impacto en el mercado.

Las Promociones de Eventos no tiene tanto impacto en el mercado ya que no son constantes, ni continuas, y el objetivo principal para que las promociones sean mejores es que se debe buscar más contratos de publicidad y eventos para ganar mercado y ser más competidores.

También aprovechar de las oportunidades que se den en épocas del año o cuando existe mayor cantidad de Eventos y Promociones para que sea más existente la cantidad de eventos en los que los modelos deseen participar.

## **2.03 Análisis Interno**

### **2.03.01 Propuesta estratégica**

#### **2.03.01.01 Misión**

Village Models es una escuela de modelaje dedicada a la formación de modelos enfocado a personas con síndrome de Down para que tengan un aumento de autoestima y perdida de miedo y segregación; con una educación personalizada y dedicada a satisfacer cada necesidad especial.

---

### ***2.03.01.02 Visión***

Ser pioneros en la formación de modelos de personas con Síndrome de Down en la ciudad de Quito demostrando una excelencia académica que aumente las posibilidades de motivación corporal, en un periodo de 5 años.

### ***2.03.01.03 Objetivos Corporativos***

#### ***2.03.01.03.01 General***

Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de una Escuela de Modelaje, enfocada a personas con síndrome de Down, mediante un estudio de mercado Técnico-Financiero, que permita demostrar como la imagen corporal, influye en la autoestima de las personas.

#### ***2.03.01.03.02 Específicos***

Evaluar los indicadores financieros para determinar si el proyecto es viable y rentable.

Determinar la inversión que requerirá el proyecto para su puesta en marcha.

Realizar una investigación de mercado para evaluar la imagen corporativa de las personas con discapacidad.

Integrar a la escuela Talento Humano con perfiles adecuados para el manejo de los clientes externos, a través de la aplicación de procesos de afectación.

---

#### ***2.03.01.04 Principios y/o valores***

##### ***2.03.01.04.01 Principios***

El crecimiento y éxito de nuestra organización, se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad del servicio prestado.

El compromiso y trabajo de la organización se enfoca hacia la satisfacción total del cliente.

La innovación tecnológica debe ser permanente en la organización.

El profesionalismo del equipo de trabajo de la Academia son el pilar fundamental de reconocimiento y crecimiento institucional.

Actuar con responsabilidad, puntualidad y respeto, sin mirar la dimensión del servicio requerido.

##### ***2.03.01.04.02 Valores***

Respeto: Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la Academia, permitiéndoles ir más allá del cumplimiento de sus labores cotidianas a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.

Eficiencia: Hacer lo correcto oportunamente implica involucrar al cliente interno a trabajar por el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones de los clientes externos logrando la eficiencia de los procesos y servicios.

Honestidad: La organización regida por este valor, logrará que sus miembros interactúen de manera ética y profesional con todas las personas, clientes y proveedores, con lo cual contribuirán a desarrollar y alcanzar las metas trazadas.

Compromiso: Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, permitiendo la entrega y disponibilidad total de su laboriosidad, para alcanzar con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos.

### **2.03.02 Gestión administrativa**

Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades, a través del cumplimiento de las fases de los procesos administrativos.

#### **2.03.02.01 Planeación**

La planeación es el inicio de los procesos administrativos, ya que implica hacer la elección de decisiones adecuada para realizar el proyecto a futuro, además establece el elemento riesgo y poder eliminarlo.

(Guevara, 2014) La planeación consiste en definir las metas, establecer la estrategia general para lograr estas metas y desarrollar una jerarquía comprensiva de los planes para integrar y coordinar actividades.

*Tabla 3 Planeación*

ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT
PRESENTACION DEL PROYECTO	X								
ACEPTACION DEL PROYECTO		X				X			
LEGALIZACION DE PAPELES			X			X			
BUSQUEDA DE LOCAL				X	X				
APERTURA DEL NEGOCIO							X		
PUBLICIDAD							X	X	X
INICIO DE CLASES									X

*Elaborado por: Erick Marín*

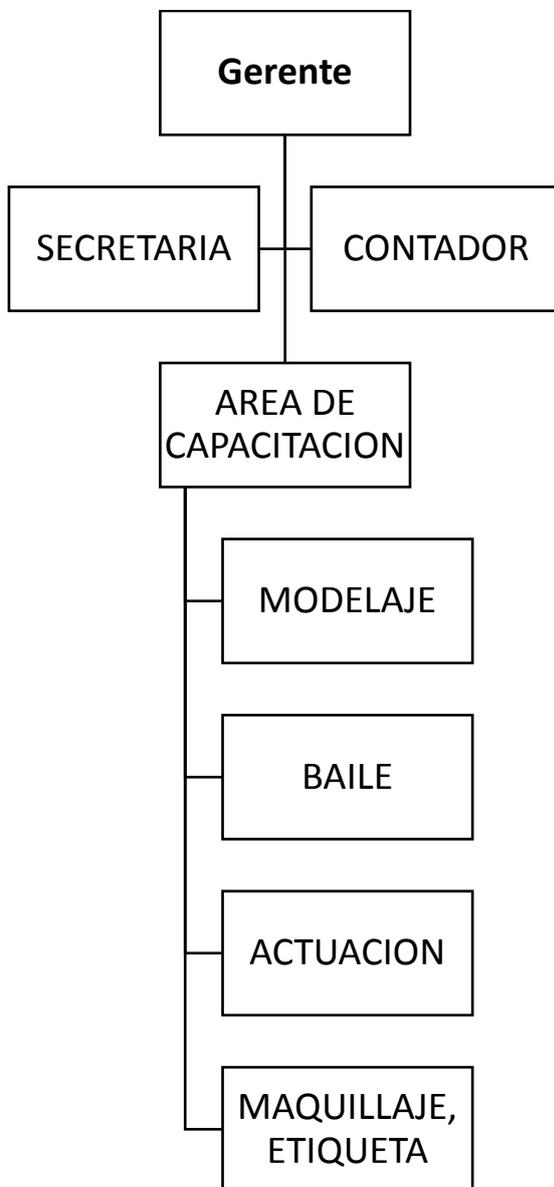
### **2.03.02.02 Organización**

Enciclopedia GESTION, Calidad y Competitividad, Ivancevich J., Lorenzi P., Skinner S., Crosby, P., 1996: Pág. 331 "Organizar es el proceso de estructuración de los recursos humanos y físicos para alcanzar los objetivos de la organización. La estructura organizativa es el entramado de puestos de trabajo y de departamentos que orienta la conducta de las personas y de los grupos hacia la consecución de los objetivos de la organización.

(Guevara, 2014), La organización, según la cual los gerentes son responsables de diseñar la estructura de la organización. Esto comprende la determinación de tareas, los correspondientes procedimientos y donde se tomarán las decisiones.

### 2.03.02.02.01 Organigrama Estructural

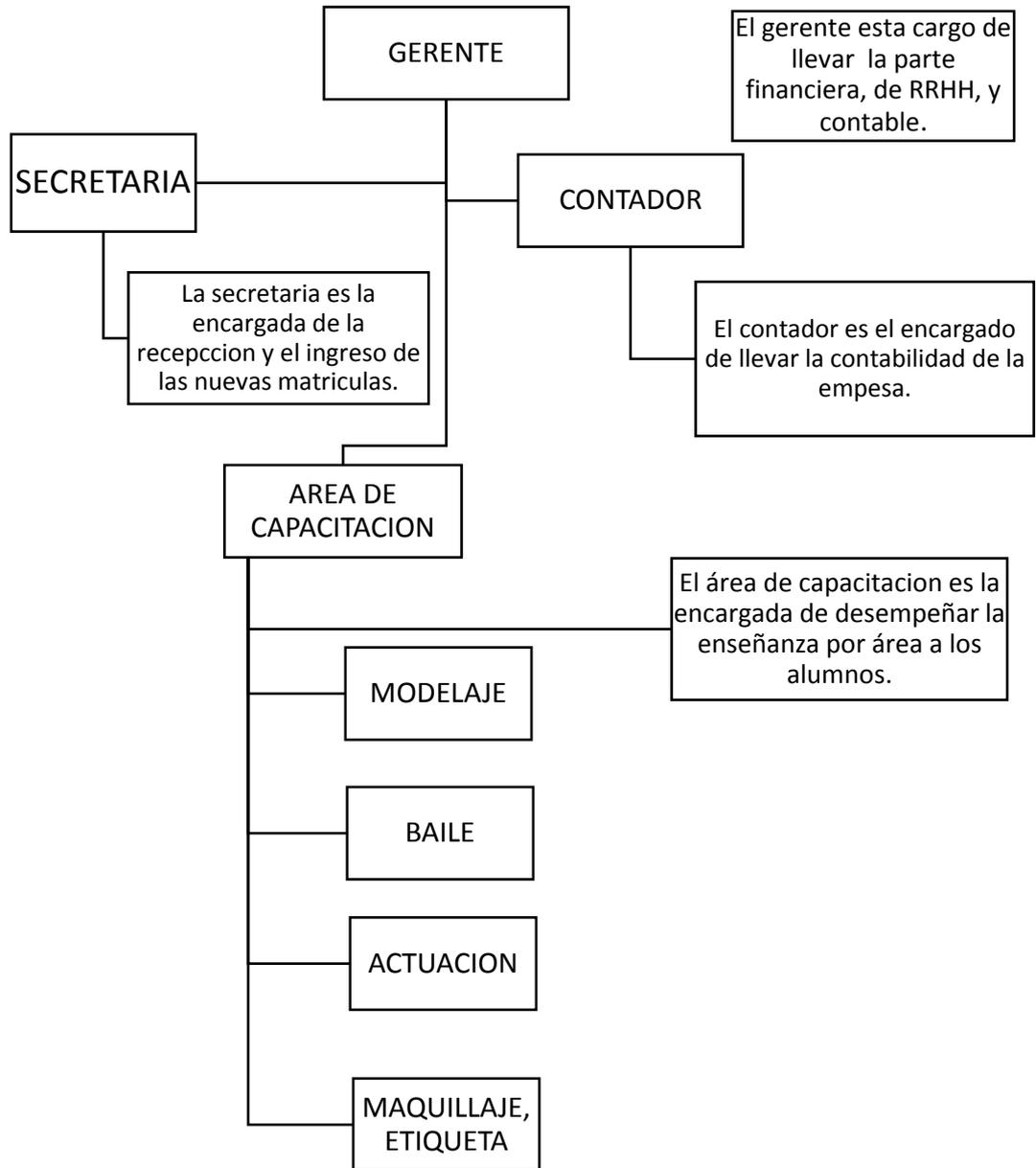
Ilustración 13 Organigrama Estructural



Elaborado por: Erick Marín

2.03.02.02.02 Organigrama Funcional

Ilustración 14 Organigrama Funcional



Elaborado por: Erick Marín

### **2.03.02.03 Dirección**

Enciclopedia del MANAGEMENT, Océano Grupo Editorial S.A. pag. 323

“Proceso de integración por medio del cual personas autorizadas crean, mantienen y gestionan una organización en lo que respecta a la selección y cumplimiento de sus objetivos.”

(Guevara, 2014), La dirección, por cuanto los gerentes son los responsables de motivar a los subordinados, de dirigir las actividades de las demás personas, establecer los canales de comunicación propicios e impulsar el liderazgo.

#### **2.03.02.03.01 Descripción de cargos:**

##### **2.03.02.03.01.01 Gerente:**

Las actividades principales del Gerente son las de controlar, regular y verificar el buen desarrollo del negocio así como las siguientes:

- Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas,
- Representante legal de la Compañía,
- Controlar el desarrollo de los planes de cada una de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos,
- Autorizar pagos de personal y proveedores,
- Toma de decisiones administrativas, de financiamiento,
- Realización de planes de Marketing para publicidad de la Compañía,
- Seleccionar el talento humano dentro de la empresa,
- Establecer el sueldo de los empleados,
- Elaborar el presupuesto anual de la compañía.

---

#### **2.03.02.03.01.02 Contador:**

Las actividades principales del Contador son las de controlar, regular y verificar el buen desarrollo de las actividades Contables de la empresa.

- Administrar correctamente los fondos de la Academia y
- Liquidación de nómina.
- Control de personal en nómina,
- Llevar contabilidad al día

#### **2.03.02.03.01.01 Secretaria:**

Las actividades principales de la Secretaria son las de recepción de clientes, controlar, regular y verificar el buen desarrollo de las actividades.

- Control de asistencia de alumnos,
- Dirigir a los alumnos a las aulas pertinentes en cada cambio de hora,
- Verificar la seguridad del personal y los alumnos,
- Delegación de funciones a profesores para procesos adicionales,
- Búsqueda de Instituciones o Fundaciones donde existan potenciales alumnos,
- Entrega de Publicidad a demás instituciones o fundaciones para promocionar los cursos de Modelaje y

- 
- Llamar a todos los alumnos para realizar un seguimiento de su desarrollo y progreso motivando a él y sus familiares para lograr una fidelización.
  - Realizar las Inscripciones y Matricular a los estudiantes,
  - Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada,
  - Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna e informar al Administrador,
  - Atención de llamadas telefónicas, envío de faxes, correos electrónicos y
  - Asistir al Administrador en todos los trámites documentales a que hubiere lugar en el desarrollo de los programas y proyectos de la organización.

#### ***2.03.02.03.01.04 Área de Capacitación:***

Este departamento estará conformado por varios profesionales encargados del adiestramiento de las y los jóvenes para disponer de modelos, cuyas funciones se detallan a continuación:

Impartir sus conocimientos de comportamiento social demostrando hábitos y costumbres que le permitan desenvolverse en cualquier medio social,

- Encargada de enseñar a caminar correctamente mediante técnicas adecuadas para introducirlas en el campo del Modelaje,

- Ejercitar movimientos exactos que permitan una destreza firme de la posición y balanceo del cuerpo mediante demostraciones públicas,
- Conocer la importancia de la estética en el Modelaje mediante el conocimiento de técnicas para demostrar habilidades en la pasarela,
- Obtener habilidad aprendiendo diferentes posiciones y giros para iniciarse en el Modelaje,
- Reconocer la importancia de las fases y estilos de Modelaje que permitan la presentación y desarrollo de pasarelas para demostrar sus habilidades en los diferentes campos,
- Demostrar las diferentes posiciones y movimientos mediante la utilización de técnicas tendientes a mejorar el estilo de presentaciones, quien impartirá clases de protocolo, nutrición,
- Proporcionar los implementes necesarios para maquillaje,
- Aplicación de técnicas de maquillaje y vestuario adecuado,
- Enseñar estilos y formas de baile y
- Desarrollar el gusto por la actuación como un aprendizaje secundario.

#### ***2.03.02.04 Control***

ENCICLOPEDIA, Salvat Editores, pág. 3763 “Proceso empresarial orientado a la utilización eficiente de los recursos productivos con vistas a la consecución de los objetivos de la empresa...” esto radica en medir y corregir el desempeño individual y de organización para que sean apegados a los planes.

(Guevara, 2014), El control, para asegurar que todas las acciones se desenvuelvan como corresponde, el gerente debe monitorear el rendimiento de la organización. Es importante el cumplimiento de las metas propuestas, mediante los procedimientos más beneficiosos para todos.

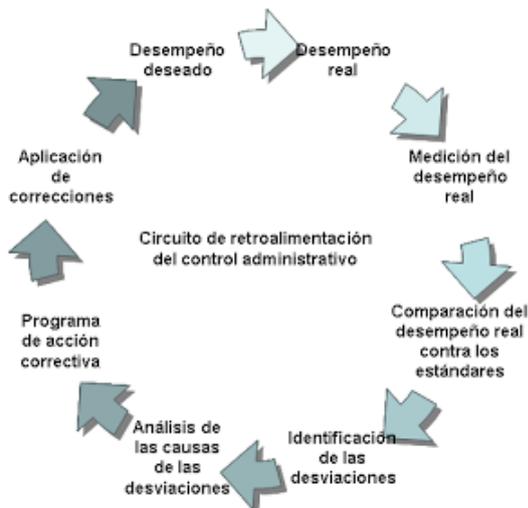
Para el sistema de control se utilizara evaluaciones de 360° y evaluaciones por indicadores, las cuales permitan demostrar posibles falencias y aplicar las mediciones y correctivas necesarias para mejorar los procesos.

Tabla 4 Control

		Gerencia General	Compañeros	Subalternos	Autoevaluación
<b>PLANIFICACIÓN</b>					
1	Participa efectivamente en la programación de las vacaciones y horario de todo su personal según el volumen de trabajo pronosticado				
2	Establece las metas de forma puntual y adecuada a cada miembro de su personal				
<b>ORGANIZACIÓN</b>					
3	Capacidad para lograr que el sector a su cargo trabaje con el máximo de eficiencia global haciendo un uso racional de los recursos asignados, en función de los planes, especificaciones y requerimientos				
<b>LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN</b>					
4	Es ejemplo de integridad moral y servicio				
5	Se ha suscitado quejas con respecto a las relaciones con él				
6	Demuestra capacidad creativa para mejorar los sistemas existentes				
7	Motiva persistentemente a su personal en cuanto a las proyecciones continuas que desarrolla la empresa para su mayor provecho				
8	Es un ejemplo para su personal en conocimiento técnico o especializado en su área				
<b>CONTROL</b>					
9	Ejerce el control necesario sobre las ausencias, tardanzas y disciplina de sus trabajadores				
10	Demuestra tener control sobre las formas y medios para lograr su trabajo organizado				
11	Mantiene un sistema de registro para efectuar el seguimiento de los trabajos delegados o pendientes				
12	Da seguimiento a los objetivos trazados para lograrlos en el próximo período de evaluación por parte de su personal				
13	Supervisa que el departamento tenga los materiales o herramientas necesarias de trabajo				
<b>TOMA DE DECISIONES</b>					

Elaborado Por: Erick Marín

Ilustración 15 Control



Fuente: Monografias.com

Tabla 5: Evaluación

	<b>Evaluación de Trabajo en Equipo.</b>					
	Colaborar: _____					
	Fecha: _____					
	<b>SIEMPRE</b>	<b>FRECUENTEMENTE</b>	<b>AVECES</b>	<b>OCACIONALMENTE</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TRABAJO EN EQUIPO</b>						
Crecimiento y ambiciones compartidas						
Comparte éxitos y fracasos						
Escucha con atención y respeto						
Aporta con nuevas ideas a sus compañeros						
Planean y ejecutan juntos nuevas iniciativas de enseñanza						

Elaborado Por: Erick Marín

Tabla 6: Evaluación 2

<b>EVALUACION DE DESEMPEÑO</b>			
Nombre: _____			
Cargo: _____			
Departamento: _____			
<p>En seguida, encontrara bloques de frases. Escriba una "x" en la columna del lado, con el signo "+" para indicar la frase que mejor define el desempeño del empleado, y con el signo "-" Para la frase que menos define su desempeño. No deje ningún bloque sin llenar en ambas columnas.</p>			
Presenta producción elevada	N	+	-
Comportamiento dinámico			
Dificultad con los números			
Es muy sociable			
Dificultad para tratar a las personas	N	+	-
Buena iniciativa			
Hace reclamos			
Teme pedir ayuda			
Tiene espíritu de equipo	N	+	-
Es ordenado			
No soporta la presión			
Acepta criticas constructivas			
Potencial de desarrollo	N	+	-
Toma decisiones con criterio			
Es lento y demorado			
Conoce su trabajo			
Buena presentación personal	N	+	-
Comete muchos errores			
Ofrece buenas sugerencias			
Dificultad para tomar decisiones			
Nunca se muestra antipático	N	+	-
Producción razonable			
Buena memoria			
Se expresa con dificultad			

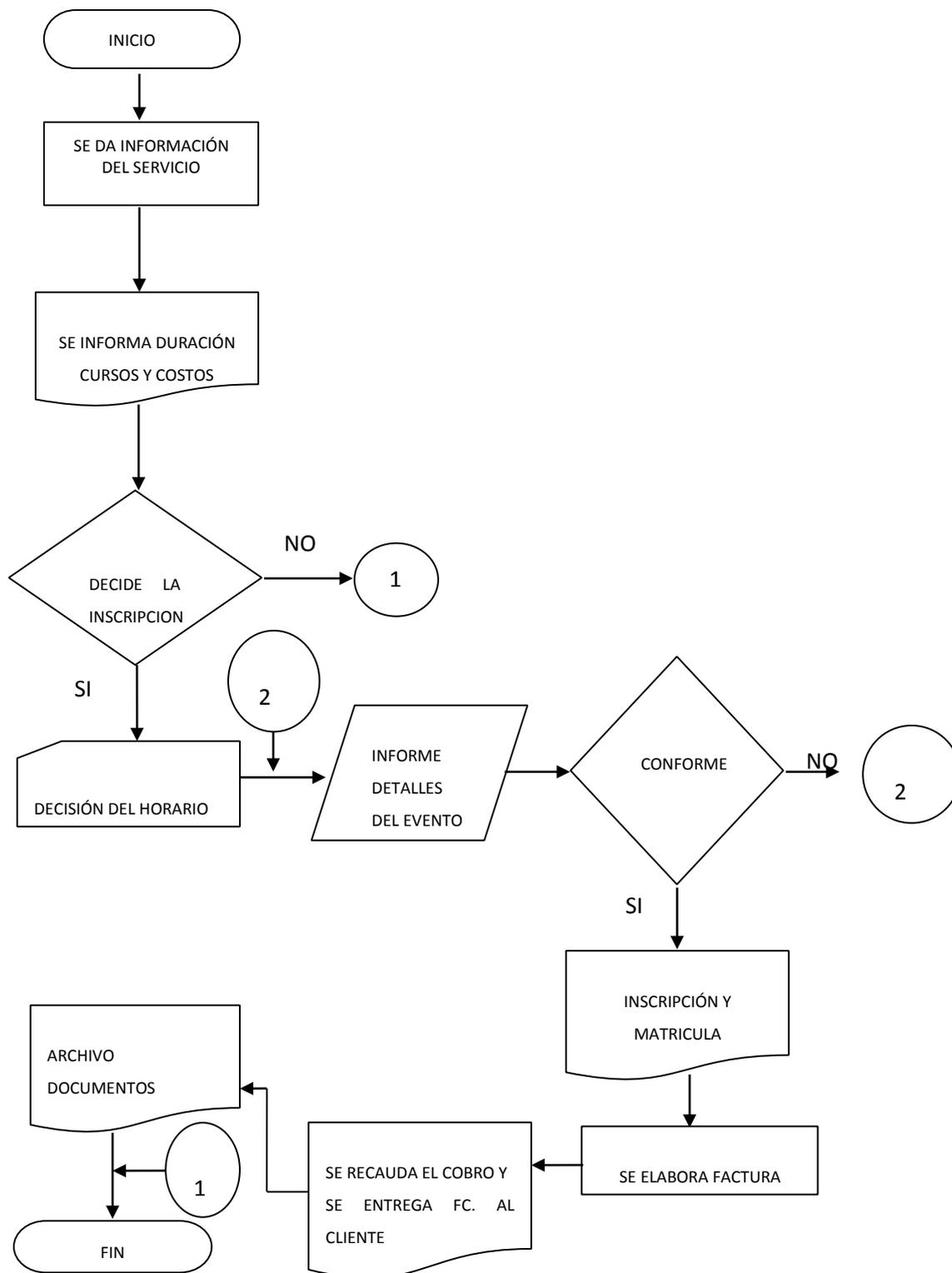
Elaborado Por: Erick Marín

### 2.03.03 Gestión operativa

La gestión operativa es realizada para identificar la estructura de la organización y el sistema de roles y funciones, desde su inicio hasta su final mostrando paso a paso como se debe realizar cada tarea planteada por la empresa, aquí las actividades son detalladas específicamente por procesos. El nivel operativo es el eje esencial para el funcionamiento de la empresa porque del parte la rotación del negocio para que el producto o servicio se lo dé con eficacia.

### Flujo grama de proceso de atención al cliente por primera vez:

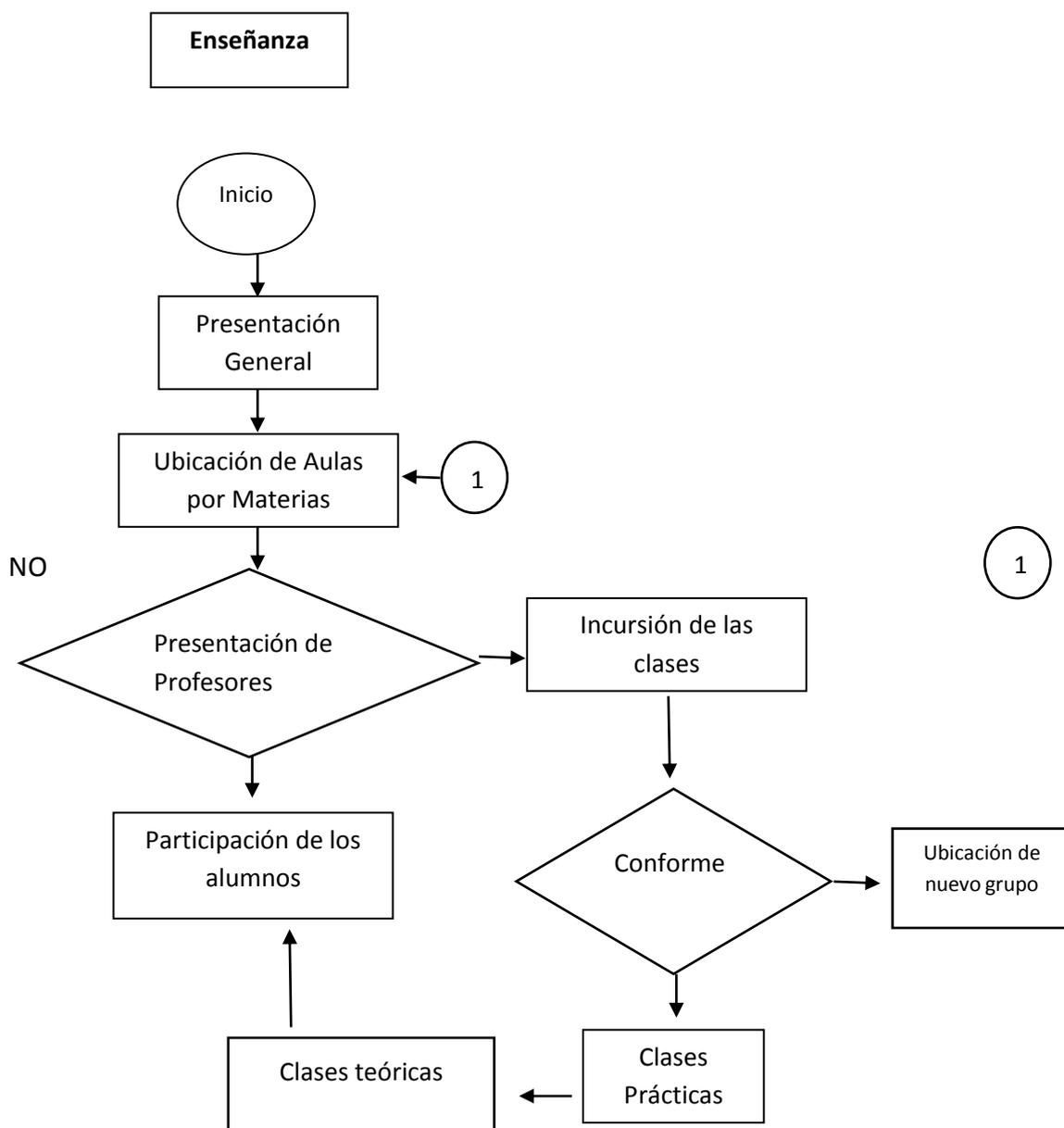
Ilustración 9 Proceso de Atención al Cliente



Elaborado por: Erick Marín

**Flujo grama del proceso de enseñanza:**

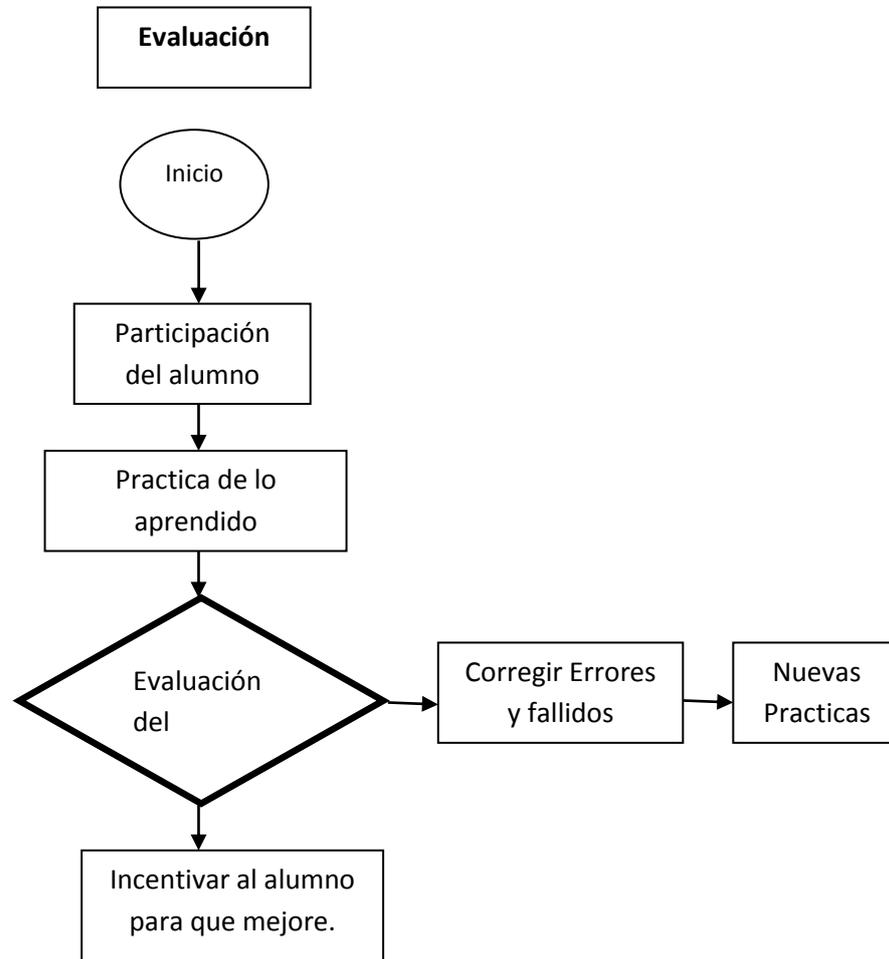
*Ilustración 10 Flujo grama del proceso de enseñanza*



*Elaborado por: Erick Marín*

### Flujo grama del proceso de evaluación al alumno:

Ilustración 11 Flujo grama del proceso de evaluación al alumno



Elaborado por: Erick Marín

#### 2.03.04 Gestión comercial

Es la actividad directamente relacionada con la promoción de los productos o servicios que una empresa. La cual está ligada directamente al enfoque del consumidor, ya que esta gestión es la que lanza al ambiente externo toda la publicidad de la empresa.

### 2.03.04.01 Precio

Tabla 7 Precio

SERVICIOS	VALOR TOTAL
Cursos Básico	525
Cursos de Profesionales	325

Elaborado por: Erick Marín

### 2.03.04.02 Plaza

Village Models estará ubicada en la zona Norte de la capital de Quito, en el sector de Carcelén alto, en las Calles Felipe Ruiz y República Dominicana: es un sector financiero, comercial y estratégico donde los clientes tendrán fácil acceso, además el lugar ofrece garantías para la disponibilidad como Servicios Básicos, Recursos Humanos, Productos entre otros.

Ilustración 12 Mapa



Fuente: Google Mapps

Al disponer de estos componentes importantes para el funcionamiento del proyecto se podrá crear fuentes de trabajo, además las personas con síndrome de Down que forman parte de la propuesta podrán recibir la formación necesaria para convertirse en modelos de élite y los mismos que a través de campañas publicitarias se darán a conocer a la sociedad.

### ***2.03.04.03 Promoción***

La Escuela de Modelaje contara con una amplia promoción de cursos y conforme los alumnos aprendan tendrán varios niveles de enseñanza. Y en base a cada nivel se definirá un costo del curso. Los niveles serán:

Curso de Modelaje Profesional: (6 meses)

Proyección de imagen.

Vocalización.

Maquillaje fotográfico.

Maquillaje para televisión.

Maquillaje de fantasía.

Etiqueta y Protocolo.

Fotografías y video.

Curso de Modelaje Básico: (3 meses)

Modelaje de pasarela.

Desarrollo de la personalidad.

Teatro y expresión corporal.

Casting y fotografía.

Maquillaje y peinado.

Etiqueta social.

Gimnasia rítmica.

Algunas promociones monetarias adicionales que se podrán convenir con los alumnos y padres de alumnos es:

Por cada nuevo alumno llevado por un familiar de un alumno existente, de regalo una pensión mensual a mitad de precio, máximo tres alumnos,

Becas o medias becas en pase de nivel para los alumnos más destacados,

Al referirnos a 5 personas el día de la inscripción se dará un bono de 20 dólares para el pago de la primera pensión.

#### ***2.03.04.05 Publicidad***

#### **Logotipo y Slogan**

*Ilustración 13 Logotipo y Slogan*



*Elaborado por: Erick Marín*

## Tarjetas de Presentación

Ilustración 14 Tarjetas de Presentación



Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 15 Flyers

Village Models  
Construyendo Sueños

**Misión**

Village Models es una escuela de modelaje dedicada a la formación de modelos enfocado a personas con Síndrome de Down para que tengan un aumento de autoestima y perdida de miedo y segregación; con una educación personalizada dedicada a satisfacer cada necesidad.

**Visión**

Ser pioneros en la formación de modelos de personas con Síndrome de Down en la ciudad de Quito, demostrando una excelencia académica que aumente las posibilidades de motivación, en un periodo de 5 años.

Elaborado por: Erick Marín

## 2.04 Análisis FODA

Tabla 8 FODA Macro y Micro ambiente

MACRO Y MICRO AMBIENTE						
CONCEPTO	AMENAZAS			OPORTUNIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>MICROAMBIENTE</b>						
INFLACION			X			
TASA ACTIVA	X					
TASA PASIVA			X			
PIB					X	
BALANZA COMERCIAL						X
<b>MACROAMBIENTE</b>						
CLIENTES				X		
PROVEEDORES					X	
COMPETIDORES		X				
<b>SOCIAL Y CULTURAL</b>						
SOCIEDAD					X	
CULTURA			X			
POBACION					X	
PEA				X		
MIGRACIÓN						X

Elaborado por: Erick Marín

Tabla 9 FODA Interno

CONCEPTO	INTERNO		
	FORTALEZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO
MISION	X		
VISION		X	
OBJETIVOS CORPORATIVOS		X	
		X	
PRINCIPIOS	X		
VALORES	X		

Elaborado por: Erick Marín

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.01 ¿Qué es?

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

#### 3.02 Análisis del Consumidor

##### 3.02.01 Determinación de la Población y Muestra

La población para el siguiente proyecto es de 10654 personas con discapacidad intelectual o personas con Síndrome de Down, por datos proporcionados por el CONADIS 2014.

Como la población es extensa es necesario calcular el tamaño de la muestra con la siguiente ecuación:

N

$$\frac{N}{(N-1) \cdot E+1}$$

n

$$= \frac{N \cdot P \cdot q \cdot Z^2}{(N-1) \cdot E^2 + P \cdot q}$$

$$Z^2$$

Z<sup>2</sup>

n= tamaño de la muestra

N= población o universo

E= margen de error 5%

P= probabilidad de éxito 50%

q= probabilidad de fracaso 50%

Z= valor estadístico de la distribución normal que cuando el nivel de confianza es igual al 95% el valor de Z= 1.96.

$$n = \frac{10654 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2 + 1}{(10654-1) \cdot (0,05)^2 + 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2}$$

En total se realizaran 371 encuestas

### 3.02.02 Técnicas de obtención de la información

- **Cuestionario:** Conjunto de cuestiones o preguntas que deben ser contestadas en un examen, prueba, test, encuesta, entre otros.
- **Grupo focal:** El grupo focal o "grupo de discusión" es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales.
- **Observación:** La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que "Saber observar es saber seleccionar". Para la observación lo primero es plantear previamente qué es lo que interesa observar. En definitiva haber seleccionado un objetivo claro de observación.

Para el presente proyecto se aplicara la Técnica de Cuestionarios



## CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

### ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información de un familiar o representante, referente a la creación de una Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Down, la misma que tiene fines académicos.

#### Parte I: Datos Informativos del Familiar

Género: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Ingresos: \_\_\_\_\_

#### Parte II: Cuestionario

1. ¿Conoce usted que es el Modelaje?  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
2. ¿Está usted de acuerdo que en la Parroquia de Carcelén se implemente una Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Down?  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
3. ¿Con que frecuencia utilizaría usted los servicios de una Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Down?  
Trimestral: \_\_\_\_\_ Semestral: \_\_\_\_\_
4. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por un Curso de Modelaje?

Curso Básico Trimestral

Curso Profesional Semestral

Entre \$300 a \$350: \_\_\_\_\_

Entre \$500 a \$550: \_\_\_\_\_

Entre \$350 a \$400: \_\_\_\_\_

Entre \$550 a \$600: \_\_\_\_\_

5. ¿Está usted de acuerdo con los Servicios especiales y precios que le ofrece la competencia?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

6. ¿Considera usted que se puede incluir a las personas con Síndrome de Dow en el ámbito del modelaje?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

7. ¿Considera usted que el modelaje puede potenciar en el desarrollo personal de las personas con Síndrome de Down?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál cree usted que sería el medio de comunicación más adecuado para la difusión y promoción de este tipo de cursos?

Televisión: \_\_\_\_\_

Revistas: \_\_\_\_\_

Pasarelas: \_\_\_\_\_

Eventos: \_\_\_\_\_

Gracias por su valiosa colaboración

## Análisis de la Información

### Datos Generales

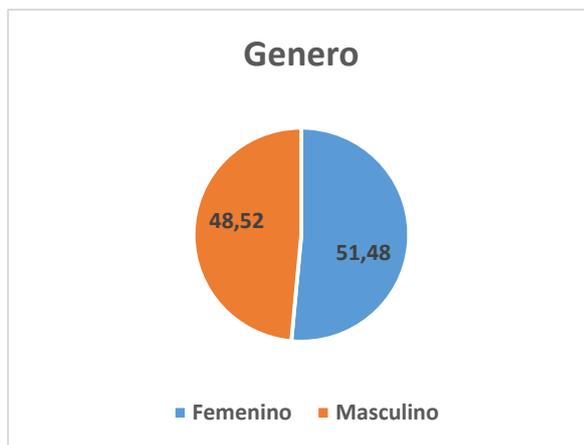
#### Pregunta 1: Genero

Tabla 10 Pregunta 1

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	191,00	51,48
Masculino	180,00	48,52
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 16 Pregunta 1



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: de los datos obtenidos se desprende que el 51,48% de la muestra es de género femenino y el restante 48,52% corresponde al género masculino.

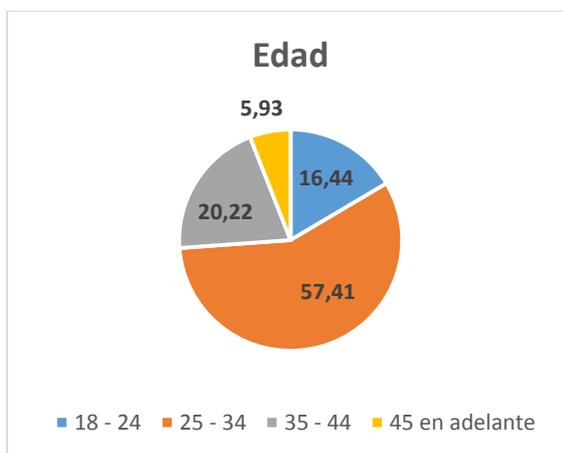
Pregunta 2: Rango de Edad

Tabla 11 Pregunta 2

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
18 - 24	61,00	16,44
25 - 34	213,00	57,41
35 - 44	75,00	20,22
45 en adelante	22,00	5,93
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 17 Pregunta 2



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: de la tabulación realizada se obtiene que el 57,41% de la muestra se encuentran entre los 25 y 34 años, el 20,22% están entre 35 y 44 años, el 16,44% entre 18 y 24 años y el restante 5,93% entre 45 años en adelante.

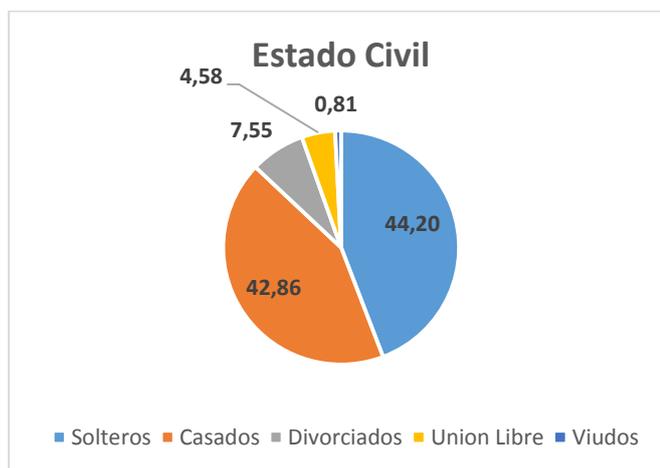
Pregunta 3: Estado Civil

Tabla 12 Pregunta 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Solteros	164,00	44,20
Casados	159,00	42,86
Divorciados	28,00	7,55
Unión Libre	17,00	4,58
Viudos	3,00	0,81
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 18 Pregunta 3



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: de los datos obtenidos de la encuesta muestra que el 44,20% de la muestra son solteros, el 42,86% son casados, el 7,55% son divorciados, el 4,58% son unión libre y el restante 0,81% son viudos.

Pregunta 4: Rango de Salario

Tabla 13 Pregunta 4

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
500 o menos	85,00	22,91
501 - 1000	238,00	64,15
1001 - 1500	43,00	11,59
1501 en adelante	5,00	1,35
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 19 Pregunta 4



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: el 64,15% de la muestra tiene un salario comprendido entre \$502 y \$1000, el 22,91% entre \$500 o menos, el 11,59% entre \$1001 y \$1500, el 1,35% de \$1501 en adelante.

## Cuestionario

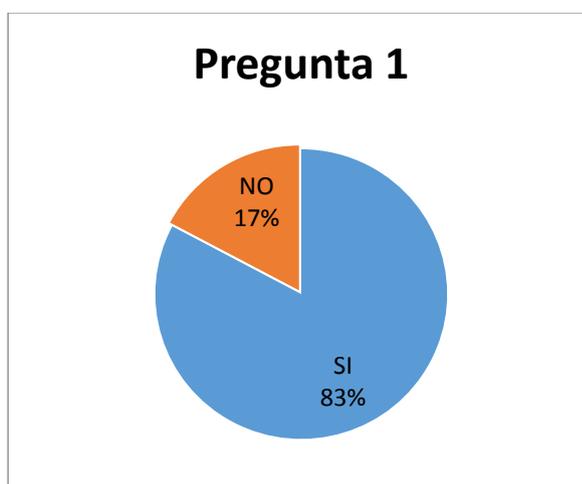
Pregunta 1: ¿Conoce usted que es el Modelaje?

Tabla 14 Pregunta 1

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	307,00	82,75
NO	64,00	17,25
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 20 Pregunta 1



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: con los datos obtenidos se desprende el 82,75% de la muestra y está de acuerdo que se puede implementar el proyecto, sin embargo existe un 17.25% que no está de acuerdo.

Pregunta 2: ¿Está usted de acuerdo que en la Parroquia de Carcelén se implemente una Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Down?

Tabla 15 Pregunta 2

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	345,00	92,99
NO	26,00	7,01
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 21 Pregunta 2



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: con los datos obtenidos se desprende el 92,99% de la muestra y está de acuerdo que se puede implementar una escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Dow en la Parroquia de Carcelén, sin embargo existe un 7.01% que no está de acuerdo el mismo que es un porcentaje pequeño.

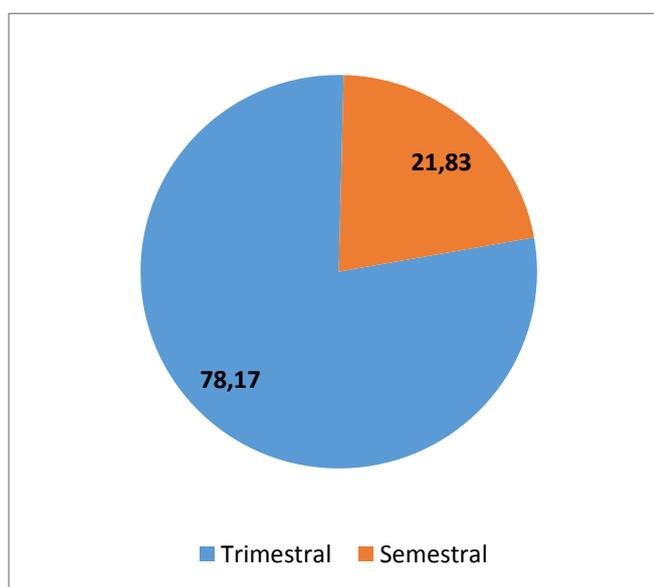
Pregunta 3: ¿Con que frecuencia utilizaría usted los servicios de una Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Down?

Tabla 16 Pregunta 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Trimestral	290,00	78,17
Semestral	81,00	21,83
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 22 Pregunta 3



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: la recopilación de la información dio como resultado que el 78,17% de la muestra usaría con una frecuencia Trimestral la Escuela de Modelaje para personas con Síndrome de Dow, y el 21.83% indica que usaría los servicios Semestralmente.

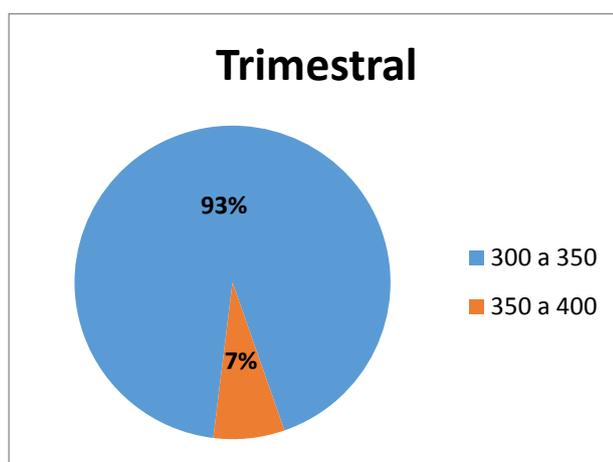
Pregunta 4: ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por un Curso de Modelaje?

Tabla 17 Pregunta 4

Concepto	Trimestral	Porcentaje
300 a 350	344,00	92,72
350 a 400	27,00	7,28
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 23 Pregunta 4



Elaborado por: Erick Marín

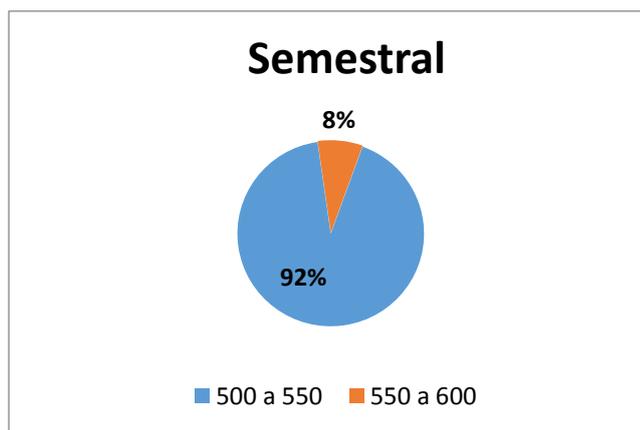
Análisis: la tabulación indica que Trimestralmente el precio dispuesto a pagar es entre \$300 a \$350 dólares con un porcentaje del 93%, mientras que un 7% indica estar dispuesto a pagar entre \$350 a \$400 dólares.

*Tabla 18 Pregunta 4*

Concepto	Semestral	Porcentaje
500 a 550	342,00	92,18
550 a 600	29,00	7,82
TOTAL	371,00	100,00

*Elaborado por: Erick Marín*

*Ilustración 24 Pregunta 4*



*Elaborado por: Erick Marín*

Análisis: la tabulación indica que Semestralmente el precio dispuesto a pagar es entre \$500 a \$550 dólares con un porcentaje del 92%, mientras que un 8% indica estar dispuesto a pagar entre \$550 a \$600 dólares.

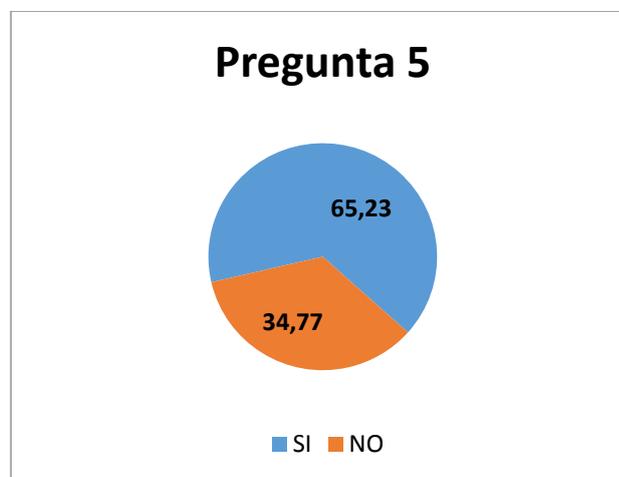
Pregunta 5: ¿Está usted de acuerdo con los Servicios especiales y precios que le ofrece la competencia?

*Tabla 19 Pregunta 5*

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	242,00	65,23
NO	129,00	34,77
TOTAL	371,00	100,00

*Elaborado por: Erick Marín*

*Ilustración 25 Pregunta 5*



*Elaborado por: Erick Marín*

Análisis: de los datos obtenidos de la pregunta, se desprende que el 65,23% de la muestra está de acuerdo con los servicios y precios que ofrece la competencia, mientras que el 34,77% indica no estar de acuerdo con la misma.

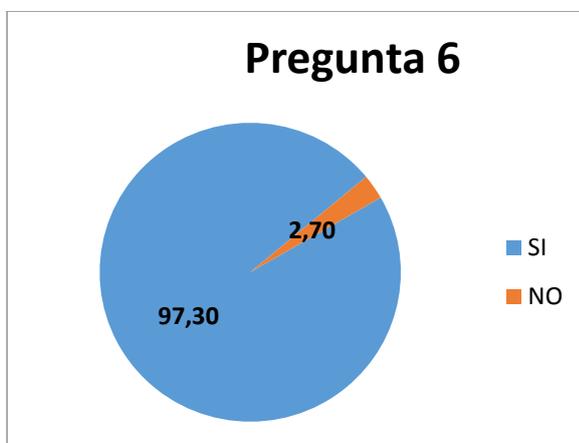
Pregunta 6: ¿Considera usted que se puede incluir a las personas con Síndrome de Dow en el ámbito del modelaje?

Tabla 20 Pregunta 6

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	361,00	97,30
NO	10,00	2,70
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 26 Pregunta 6



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: respecto a la pregunta se determina que el 97,30% de la muestra considera que se puede incluir a las personas con Síndrome de Down en el ámbito del modelaje, mientras un 3,7% indica no estar de acuerdo y es un porcentaje mínimo.

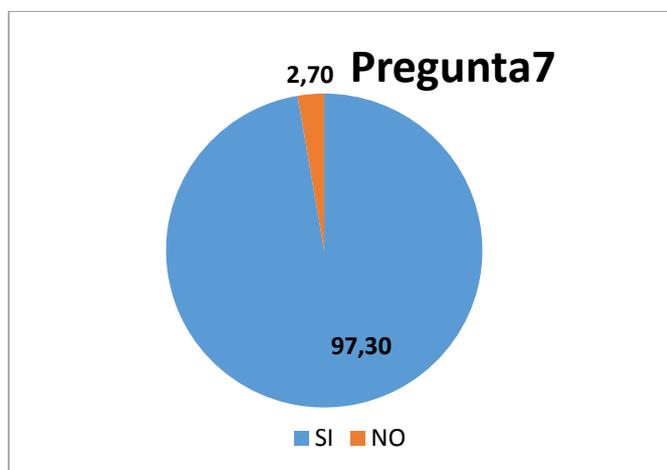
Pregunta 7: ¿Considera usted que el modelaje puede potenciar en el desarrollo personal de las personas con Síndrome de Down?

Tabla 21 Pregunta 7

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	361,00	97,30
NO	10,00	2,70
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 27 Pregunta 7



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: el 97,3% de la muestra considera que el Modelaje puede potenciar el desarrollo personal de las personas con Síndrome de Down, sin embargo el 2.7% no lo está, lo que indica que él es viable.

Pregunta 8: ¿Cuál cree usted que sería el medio de comunicación más adecuado para la difusión y promoción de este tipo de cursos?

Tabla 22 Pregunta 8

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	187,00	50,40
Revistas	110,00	29,65
Pasarela	180,00	48,52
Eventos	217,00	58,49
TOTAL	371,00	100,00

Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 28 Pregunta 8



Elaborado por: Erick Marín

Análisis: la tabulación de datos determina que la mejor forma de difusión y promoción para este tipo de cursos es mediante eventos con un 58,49%, mientras que con un 50,4% indica que el mejor medio de difusión es la televisión, el 48,52% indica que por medio de pasarelas y un 29,65% las revistas.

### 3.03 Demanda

#### 3.03.01 ¿Qué es?

Es la cantidad de bienes y servicios que requiere el mercado para su consumo.

La demanda está en función al precio, los ingresos y el comportamiento del consumidor.

#### 3.03.02 Métodos para proyectar la demanda

Método de tendencia histórica (ecuación de línea recta)  $Y = a + bx$

Una vez realizado la investigación se desprende que no existe Demanda Histórica por lo tanto se utilizara los datos para calcular la demanda actual y futura.

Método de utilización de datos de la encuesta. Para el presente Proyecto usaremos el método de utilización de datos de las encuestas.

##### 3.03.02.01 *Calculo de la demanda actual*

*Tabla 23 Calculo de la demanda actual*

Población	10654
Total Encuestas	371
Porcentaje mayor de Aceptación	92,99
Porcentaje mayor de Frecuencia	78,17

*Elaborado por: Erick Marín*

## Resultados de la Encuesta:

Tabla 24 Resultados de la Encuesta:

<b>ACEPTACIÓN</b>		
Población * Porcentaje de Aceptación mayor		= Aceptación de personas
10654 * 0,9299		= 9907,1546
<b>FRECUENCIA</b>		
Aceptación * Porcentaje de Frecuencia * Tiempo		
9907,1546 * 0,7817 * 4		= 30977,691
<b>PRECIO PROMEDIO</b>		
Rango de Precios / 2		= Precio Promedio
300 + 350 / 2		= 325
500 + 550 / 2		= 525
<b>CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL</b>		
Frecuencia de compra * Precio Promedio Aceptado		= Aceptación de personas
30977,691 * 325		= 10.067.749,58
30977,691 * 525		= 16.263.287,78

Elaborado por: Erick Marín

### 3.03.02.02 Proyección de la demanda

Trimestral

Tabla 25 Proyección de la demanda Trimestral

Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento	Demanda Proyectada
2015	10.067.749,58	1,00	10.067.749,58
2016	10.067.749,58	1,015	10.218.765,82
2017	10.218.765,82	1,015	10.372.047,31
2018	10.372.047,31	1,015	10.527.628,02
2019	10.527.628,02	1,015	10.685.542,44
2020	10.685.542,44	1,015	10.845.825,58

Elaborado por: Erick Marín

## Semestral

*Tabla 26 Proyección de la demanda Semestral*

Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento	Demanda Proyectada
2015	16.263.287,78	1,00	16.263.287,78
2016	16.263.287,78	1,015	16.507.237,10
2017	16.507.237,10	1,015	16.754.845,65
2018	16.754.845,65	1,015	17.006.168,34
2019	17.006.168,34	1,015	17.261.260,86
2020	17.261.260,86	1,015	17.520.179,78

*Elaborado por: Erick Marín*

### 3.04 Análisis de la Oferta

#### 3.04.01 ¿Qué es?

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los diferentes precios de mercado, siendo así la oferta una cantidad ofrecida y hace referencia a la cantidad dispuesta a ser vendida por los productores. Con un determinado valor.

#### 3.04.02 Calculo de la Oferta

##### Oferta Actual Trimestral

*Tabla 27 Oferta Actual Trimestral*

Años	Demanda	Porcentaje de la Competencia	Oferta
2015	10.067.749,58	0,97	9.795.920,34

*Elaborado por: Erick Marín*

### Oferta Actual Semestral

*Tabla 28 Oferta Actual Semestral*

Años	Demanda	Porcentaje de la Competencia	Oferta
2015	16.263.287,78	0,97	15.824.179,01

*Elaborado por: Erick Marín*

### Oferta Proyectada Trimestral

*Tabla 3 Oferta Proyectada Trimestral*

Años	Demanda	Porcentaje de la Competencia	Oferta
2016	10.218.765,82	0,97	9.942.859,15
2017	10.372.047,31	0,97	10.092.002,03
2018	10.527.628,02	0,97	10.243.382,06
2019	10.685.542,44	0,97	10.397.032,80
2020	10.845.825,58	0,97	10.552.988,29

*Elaborado por: Erick Marín*

### Oferta Proyectada Semestral

*Tabla 30 Oferta Proyectada Semestral*

Años	Demanda	Porcentaje de la Competencia	Oferta
2016	16.507.237,10	0,97	16.061.541,70
2017	16.754.845,65	0,97	16.302.464,82
2018	17.006.168,34	0,97	16.547.001,79
2019	17.261.260,86	0,97	16.795.206,82
2020	17.520.179,78	0,97	17.047.134,92

*Elaborado por: Erick Marín*

### 3.05 Balance de Oferta y Demanda (o Demanda Insatisfecha)

Trimestral

*Tabla 31 Balance de Oferta y Demanda*

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Balance Oferta Demanda
2016	10.218.765,82	9.942.859,15	275.906,68
2017	10.372.047,31	10.092.002,03	280.045,28
2018	10.527.628,02	10.243.382,06	284.245,96
2019	10.685.542,44	10.397.032,80	288.509,65
2020	10.845.825,58	10.552.988,29	292.837,29

*Elaborado por: Erick Marín*

Semestral

*Tabla 32 Balance de Oferta y Demanda*

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Balance Oferta Demanda
2016	16.507.237,10	16.061.541,70	445.695,40
2017	16.754.845,65	16.302.464,82	452.380,83
2018	17.006.168,34	16.547.001,79	459.166,55
2019	17.261.260,86	16.795.206,82	466.054,04
2020	17.520.179,78	17.047.134,92	473.044,85

*Elaborado por: Erick Marín*

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.01 ¿Qué es?

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

#### 4.02 Tamaño del Proyecto

Depende de la naturaleza y características del tipo de proyecto, por lo que cada uno debe ser analizado de acuerdo a sus individualidades.

##### 4.02.01 Capacidad Instalada

El tamaño para el presente proyecto consta de 600 m<sup>2</sup> distribuidos en las siguientes áreas:

*Tabla 33 Capacidad Instalada*

ÁREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área Administrativa	5m x 8m	40,00m <sup>2</sup>
Sala de Espera	3,6m x 4,24m	15,26m <sup>2</sup>
Baños 3	1,5m x 2m + 1,5m x 2,5m	12,75m <sup>2</sup>
Aulas 5	8m x 9m * 5	360,00m <sup>2</sup>
Cafetería	6m x 6,42m	38,49m <sup>2</sup>
Corredores		16,5m <sup>2</sup>
Área de Parqueaderos		100,00m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>		<b>600,00m<sup>2</sup></b>

*Elaborado por: Erick Marín*

#### 4.02.02 Capacidad Óptima

La capacidad optima del proyecto esta dad por los departamentos que lo conforman, descartando los espacios verdes y parqueaderos, que da un total de

*Tabla 34 Capacidad Óptima*

ÁREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área Administrativa	5m x 8m	40,00m <sup>2</sup>
Sala de Espera	3,6m x 4,24m	15,26m <sup>2</sup>
Baños 3	1,5m x 2m + 1,5m x 2,5m	12,75m <sup>2</sup>
Aulas 5	8m x 9m	360,00m <sup>2</sup>
Cafetería	6m x 6,42m	38,49m <sup>2</sup>
TOTAL		466,50m <sup>2</sup>

*Elaborado por: Erick Marín*

#### 4.03 Localización

##### 4.03.01 ¿Qué es?

Es la determinación de un lugar en el cual se halla o hallara una persona o una cosa, encontrando así una delimitación de la misma. La localización del proyecto tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de establecer el lugar que ofrece los mejores y máximos beneficios, costos, ganancias para la empresa.

##### 4.03.02 Macro localización

Es la zona donde se situará la empresa, ubicándolo dentro del país, provincia, cantón y ciudad al que pertenece.

## Macro localización

Tabla 35 Macro localización

PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTÓN	QUITO
CIUDAD	QUITO
SECTOR	NORTE
PARROQUIA	CARCELEN
CLIMA	TEMPLADO
POBLACIÓN	55.301

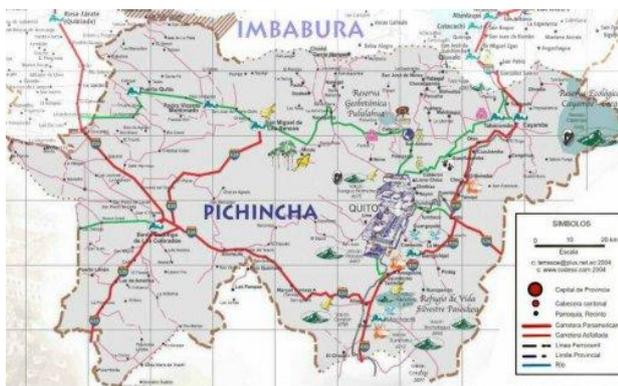
Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 29 Mapa de Ubicación del Ecuador



Fuente: Google Maps

Ilustración 30 Mapa de Ubicación de Pichincha



Fuente: Google Maps

Ilustración 31 Mapa de Ubicación de Quito



Fuente: Google Maps

#### 4.03.03 Micro localización

El proyecto estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, en la Administración Norte, en la Parroquia de Carcelén, Barrio Carcelén, en las calles Felipe Ruiz y República Dominicana.

Micro localización

Tabla 4 Micro localización

CIUDAD	QUITO
SECTOR	NORTE DE LA CIUDAD
ZONA	ADMINISTRACIÓN NORTE N° 4
PARROQUIA	CARCELEN
BARRIO	CARCELEN
CALLE	FELIPE RUIZ Y REPUBLICA DOMINICANA

Elaborado por: Erick Marín

El presente proyecto estará ubicado en la calle Felipe Ruiz y República Dominicana

Ilustración 32 Micro localización de Quito



Fuente: Google Maps

Ilustración 33 Mapa del Sector



Fuente: Google Maps

#### 4.03.04 Localización optima

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006) Dice: “la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, u obtener el costo unitario mínimo” (pág. 107).

Tabla 37 Localización óptima

FACTORES RELEVANTES	PONDERACION	LOCAL 1 Felipe Puerta y República Dominicana		LOCAL 2 Martin de Moreta y Villalobos	
		Calif.	Total	Calif.	Total
Cercanía del Mercado	0,20	10	2	9	1,8
Costo de Arriendo	0,20	8	1,6	7	1,4
Seguridad	0,15	7	1,05	7	1,05
Vías de Acceso	0,10	10	1	9	0,9
Líneas de Transporte	0,10	10	1	9	0,9
Competencias	0,10	6	0,6	8	0,8
Servicios Básicos	0,15	10	1,5	10	1,5
TOTAL	100%	8,75		8,35	

Elaborado por: Erick Marín

El análisis de los factores relevantes dentro de la matriz es el siguiente:

Cercanía del mercado: el local N°1 se encuentra cerca a tiendas, edificios de oficinas, locales, panaderías, tiendas, farmacias,

Costo de Arriendo: el arriendo es indiferente, pues la diferencia en el costo del arriendo es ínfima,

Seguridad: el local N°1 y el local N°2 cuentan con seguridades y guardias permanentes en el día solamente hasta las 10 de la noche.

Vías de acceso: el local N°1 tiene una infraestructura vial de acceso, que permite la llegada más fácil de los clientes.

Líneas de Transporte: no existe mucha diferencia entre los dos locales respecto a las líneas de transporte ya que el mismo se encuentra cercano.

---

Competencia: el local N°1 se encuentra más alejado del a competencia existente en la zona.

Servicios Básicos: los servicios básicos no inciden en la elección, puesto que los dos locales cuentan con los servicios básicos necesarios para el desarrollo del proyecto, como energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico y de internet.

Después de haber tomado en cuenta los factores relevantes para la localización óptima del presente proyecto, la opción que tiene mayor ponderación corresponde al local N°1.

#### **4.04 Ingeniería del Proyecto**

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objetivo la publicidad y venta del servicio desde la concepción hasta la respuesta en el mercado. Este estudio busca resolver todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento de la empresa. Siendo así representado por un bien de carácter no material.

##### **4.04.01 Definición del Bien y/o Servicio**

Un servicio es la realización de un conjunto de actividades que buscan responder las necesidades de los clientes. Incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por empresas privadas o públicas.

El proyecto ofrecerá a sus clientes asistencia de educación en el área de Modelaje con servicios de calidad y principalmente impartidos en forma idónea a cada alumno

con una educación personalizada y motivada a el surgimiento y desarrollo personas de las personas con Síndrome de Down.

Para lograr un servicio de calidad cada instructor tendrá una previa capacitación de formas de impartir las materias y enseñanzas de la forma correcta teniendo en cuenta que al tener alumnos con Síndrome de Down la impartición de clases debe ser más metódica, dinámica y jovial con los alumnos.

#### 4.04.02 Distribución de la Planta

La distribución de la empresa es una tarea fundamental para reducir costos e incrementar la eficiencia del servicio. Esto está relacionado con la disposición de las áreas o departamentos y estaciones de trabajo y los espacios comunes que existen dentro de la instalación.

#### 4.04.03 Códigos de Cercanía

Estos establecen el grado de cercanía y relación que tiene las diferentes áreas de la empresa, facilitando la distribución de su infraestructura.

*Tabla 38 Códigos de Cercanía*

CODIGOS DE CERCANÍA	
CODIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	importante que esté cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

*Elaborado por: Erick Marín*



## Tabulación de la Matriz

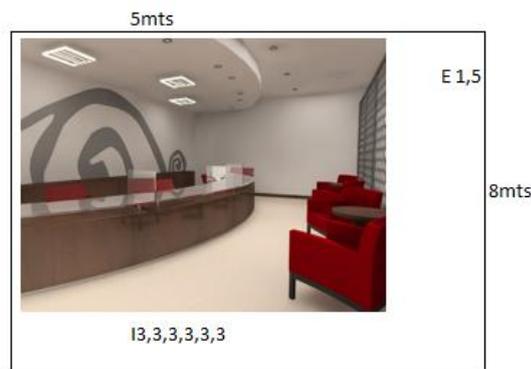
Ilustración 35 Matriz Diagonal

A		E
	I	
O	U	X

Elaborado por: Erick Marín

Área Administrativa: esta cuenta con 40m<sup>2</sup>, se instalara la oficina del administrador en la que debe existir un espacio con modulares de estación de trabajo, archivadores de documentos, estanterías de carpetas y muebles para la atención de los clientes.

Ilustración 36 Área Administrativa



Elaborado por: Erick Marín

Área de Espera: esta ocupara un espacio aproximadamente de 15,26m<sup>2</sup>, donde se instalará muebles para la espera del cliente.

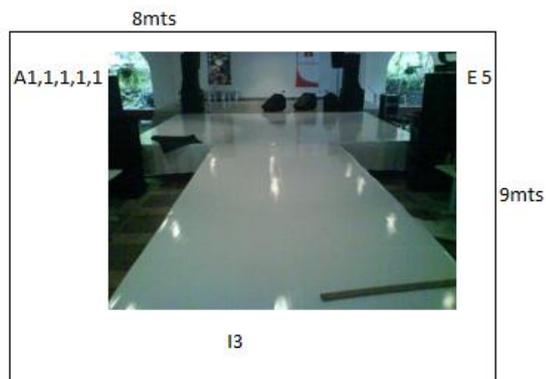
Ilustración 37 Área de Espera



*Elaborado por: Erick Marín*

Aula de Pasarela: esta aula contara con un espacio aproximado de 72m<sup>2</sup>, la misma tendrá una pasarela en T y sillas para los alumnos, así como espejos, luces y equipo de música.

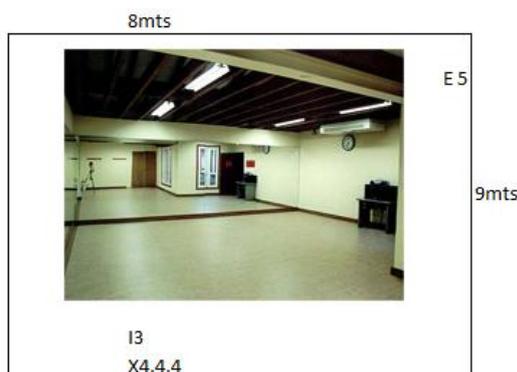
Ilustración 38 Aula de Pasarela



*Elaborado por: Erick Marín*

Aula de Baile: esta aula contara con un espacio aproximado de 72m<sup>2</sup>, la misma estará dispuesta con espejos, muebles para los alumnos, equipos de música y luces.

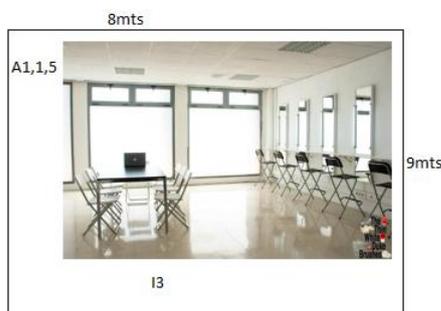
Ilustración 39 Aula de Baile



*Elaborado por: Erick Marín*

Aula de Maquillaje: esta aula contara con un espacio aproximado de 72m<sup>2</sup>, la misma tendrá dispuesta por muebles para maquillaje con espejos, muebles para los alumnos.

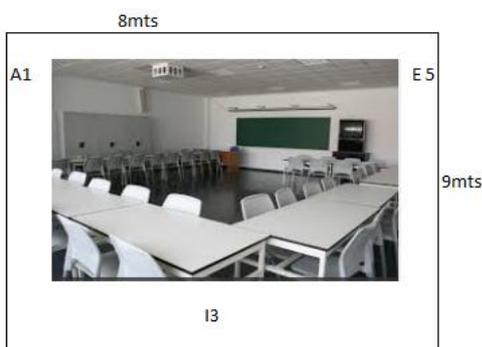
Ilustración 40 Aula de Maquillaje



*Elaborado por: Erick Marín*

Aula de Actuación: contara con un espacio aproximado de 72m<sup>2</sup>, y esta designada para las clases de actuación.

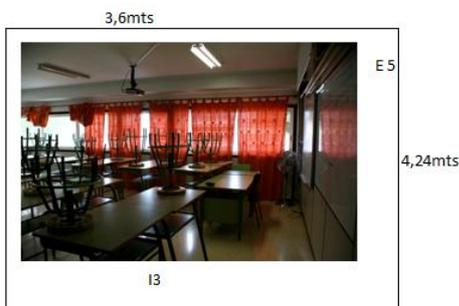
Ilustración 41 Aula de Actuación



*Elaborado por: Erick Marín*

Aula de Etiqueta: contará con un espacio aproximado de 72m<sup>2</sup>, y esta designada para las clases de Etiqueta y protocolo.

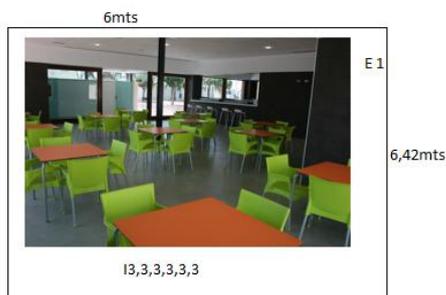
Ilustración 42 Aula de Etiqueta



*Elaborado por: Erick Marín*

Cafetería: contará con un espacio aproximado de 38,49m<sup>2</sup>, la misma esta designada el consumo de alimentos en recesos y demás.

Ilustración 43 Cafetería



*Elaborado por: Erick Marín*

Baños: son los sanitarios necesarios en la empresa. Existen en total 3 baños que serán utilizados por los miembros de la empresa y los alumnos o visitantes. La dimensión total de los 4 baños es de 12,75m<sup>2</sup>.

Ilustración 44 Baños

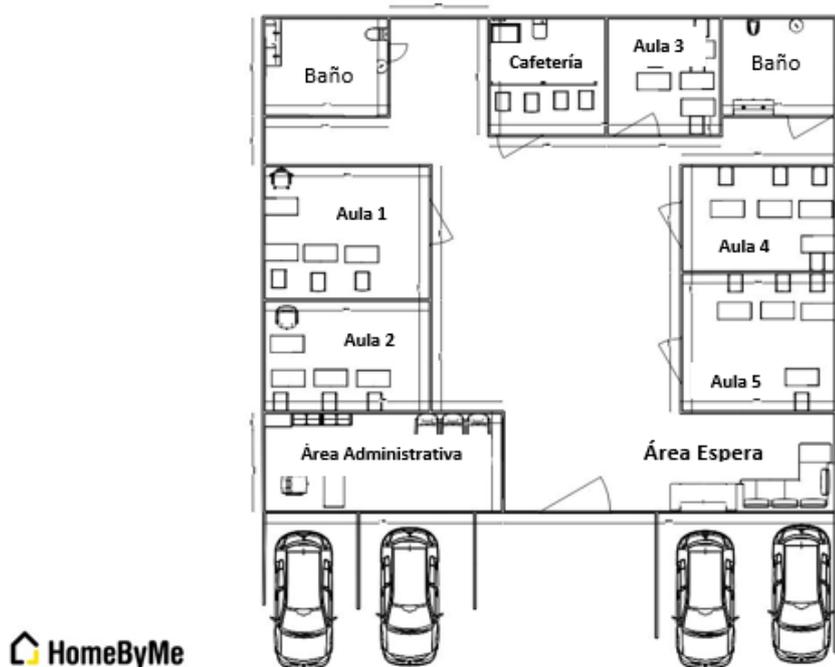


*Elaborado por: Erick Marín*

Área de parqueaderos: el área de parqueaderos cuenta con una capacidad de 100m<sup>2</sup>, para 4 autos.

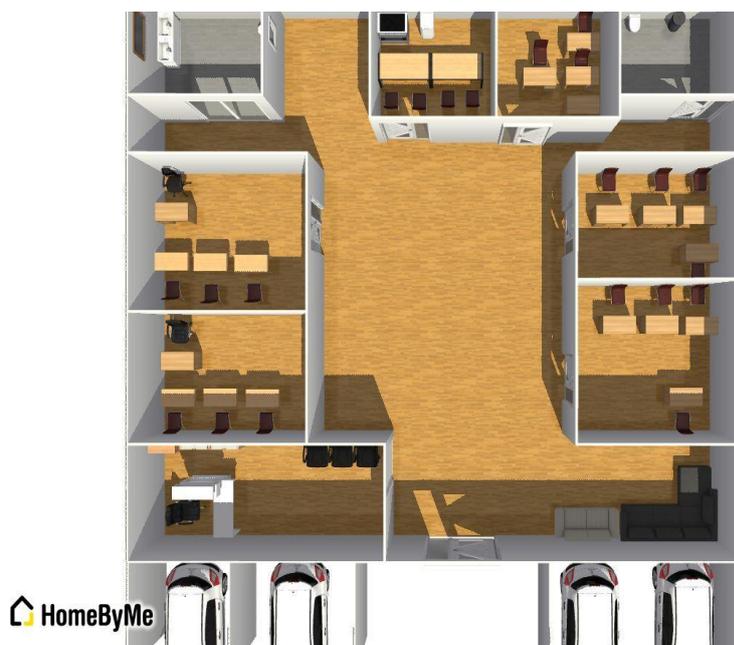
#### 4.04.06 Plano de la Empresa

Ilustración 45 Plano Empresarial



Elaborado por: Erick Marín

Ilustración 46 Plano en 3D



Elaborado por: Erick Marín

#### 4.04.07 Proceso productivo y/o servicio

El proceso productivo representa el proceso de elaboración y entrega del servicio hacia el cliente.

Tabla 40 Proceso productivo y/o servicio

ÁREA	ASPECTO	DRIVER		
		EVALUACIÓN	DETECTOR	EJECUTOR
ADMISION	Recepción	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Secretaria
	Distribución	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Profesor
	Archivos	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Secretaria
ENSEÑANZA	Productividad	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Profesor
	Desarrollo	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Profesor
	Refuerzo	Profesor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Profesor
EVALUACION	Control	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Profesor
	Centralización De Producción	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Supervisor
	Capacitación	Supervisor	Conocimientos Adquiridos Conocimientos Estimados	Supervisor

Elaborado por: Erick Marín

Tabla 5 Medición Procesos Productivos y/o Servicios

Tipo de Indicador	Nombre de Indicador	Unidad	Formula	Valor Actual	Valor Meta
Calidad	Evolución de Materias	%	$\frac{\# \text{ Materias Dadas}}{\# \text{ Materias Ofrecidas}}$	100%	94% +-2
	Clientes inconformes	%	$\frac{\# \text{ Clientes Inconformes Mes}}{\# \text{ Clientes Conformes Servicio}}$	100%	95% +-2
	Matriculas Cobradas	%	$\frac{\# \text{ Matriculas Cobradas}}{\# \text{ Alumnos}}$	100%	96 % +-2
Productividad	Rendimiento del Personal por Número de alumnos	%	$\frac{\# \text{ Horas Asignadas} / \# \text{ Alumnos}}{\# \text{ Horas Trabajadas} / \text{Mes Alumno}}$	100%	98 +-3
	Cumplimiento de Malla Curricular	%	$\frac{\# \text{ Horas Realizadas Dadas}}{\# \text{ Horas Asignadas}}$	100%	98 +-2
Adaptabilidad	Enseñanzas Adicionales	%	$\frac{\# \text{ Materias Adicionales}}{\# \text{ Orden de Malla}}$	100%	97 % +-2

Elaborado por: Erick Marín

#### 4.04.08 Cuadro de Activos

##### Maquinaria y Equipos

Tabla 6 Cuadro de Activos

<b>CUADRO DE ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVO FIJO</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Tucson ix 2014	1	\$ 37,900.00	\$ 37,900.00
Terreno	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Infraestructura	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>\$ 72,900.00</b>	<b>\$ 72,900.00</b>
<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Reflectores	8	\$ 75.00	\$ 600.00
Equipos de sonido	3	\$ 150.00	\$ 450.00
Juego de Luces	50	\$ 39.90	\$ 1,995.00
Espejos Grandes	20	\$ 90.00	\$ 1,800.00
Pasarela	1	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
Television 32 pul. LED	5	\$ 560.00	\$ 2,800.00
DVD Blu-ray	3	\$ 137.00	\$ 411.00
Proyector	4	\$ 588.00	\$ 2,352.00
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>\$ 3,439.90</b>	<b>\$ 12,208.00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Teléfonos de escritorio	3	\$ 39.99	\$ 119.97
Borradores	5	\$ 0.75	\$ 3.75
Tinta sistema continuo Epson	10	\$ 10.00	\$ 100.00
Perforadora	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Resma de Papel A4 Caja	10	\$ 31.00	\$ 310.00
Organizador oficina	6	\$ 3.00	\$ 18.00
Grapadora	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Archivador Bene grande	6	\$ 2.00	\$ 12.00
Bolígrafos set x 3	15	\$ 1.50	\$ 22.50
Calculadora	3	\$ 30.00	\$ 90.00
Clips	5	\$ 2.00	\$ 10.00
Grapas	5	\$ 1.00	\$ 5.00

Lápices carpintero	15	\$ 2.00	\$ 30.00
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>\$ 128.24</b>	<b>\$ 736.22</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora Hp Icore 5	2	\$ 890.00	\$ 1,780.00
Impresora Epson multifunción	2	\$ 136.00	\$ 272.00
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$ 1,026.00</b>	<b>\$ 2,052.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	5	\$ 180.00	\$ 900.00
Repisa Modular	7	\$ 199.00	\$ 1,393.00
Casilleros Unipersonales	120	\$ 45.00	\$ 5,400.00
Estantería moderna	20	\$ 89.00	\$ 1,780.00
Sillones ejecutivos	4	\$ 135.00	\$ 540.00
Sillas espera	85	\$ 35.00	\$ 2,975.00
Sillas plásticas	35	\$ 8.00	\$ 280.00
Mesa estación trabajo	8	\$ 150.00	\$ 1,200.00
Cafetera	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Horno Microondas	1	\$ 175.00	\$ 175.00
Vasos Plásticos	200	\$ 2.50	\$ 500.00
Botellones de agua	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Mesa de Cafetería Plásticas	5	\$ 45.00	\$ 225.00
<b>TOTAL</b>	<b>495</b>	<b>\$ 1,118.50</b>	<b>\$ 15,468.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$103,364.22</b>

Elaborado por: Erick Marín

## CAPITULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

Este determina el monto de los recursos económicos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como una serie de indicadores que serán la base para realizar la evaluación económica del proyecto.

#### 5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Son aquellos que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio. Si los ingreso no corresponde al objetivo social de la empresa, se lo considera un ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio.

Es el esfuerzo físico o mental que se consume al elaborar un producto o un servicio.

Para determinar los ingresos operacionales, de acuerdo a la capacidad instalada y demandada se estima que el curso Básico asistirán 200 estudiantes y posteriormente el 50% de los mismos asistirán al curso profesional.

Cabe resaltar que el curso básico tiene una duración de 3 meses y el curso profesional tiene una duración de 6 meses, esto significa que durante en el año se tendrá 4 cursos básicos y 2 cursos profesionales.

De acuerdo a los datos de la encuesta, el precio promedio del curso Básico es de \$325 y el curso profesional es de \$525, de esta manera podemos determinar los ingresos operacionales para el año base de la siguiente forma:

Tabla 7 Ingresos Operacionales y no Operacionales

<b>Curso Básico</b>			
<b>Concepto</b>	<b># Alumnos</b>	<b>Tiempo</b>	
Cantidad Anual	125	3	\$ 375.00
Y =	P	q	
Y =	325	375.00	\$ 121,875.00
<b>Curso Profesional</b>			
Cantidad Anual	62	2	\$ 124.00
Y =	P	q	
Y =	525	124.00	\$ 65,100.00
<b>Total Ingresos Operacionales</b>			<b>\$ 186,975.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

### Ingresos Proyectados

Tabla 8 Ingresos Proyectados

<b>AÑOS</b>	<b>Ingresos Anuales</b>	<b>Tasa de Desc. Sectorial 6,51%</b>	<b>Ingresos Proyectados</b>
Base 2015	\$ 186,975.00	1.00	\$ 186,975.00
2016	\$ 186,975.00	1.065	\$ 199,147.07
2017	\$ 199,147.07	1.065	\$ 212,111.55
2018	\$ 212,111.55	1.065	\$ 225,920.01
2019	\$ 225,920.01	1.065	\$ 240,627.40
2020	\$ 240,627.40	1.065	\$ 256,292.25

Elaborado por: Erick Marín

## Ingresos No Operacionales

El presente proyecto no genera ningún tipo de Ingresos No Operacionales, pues la empresa se dedica a una sola actividad comercial y no posee actividades ajenas al giro del negocio.

### 5.02 Costos

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006). Afirma: “se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie”. (pág. 169). Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto.

#### 5.02.01 Costos Operativos

Costos del Personal

*Tabla 9 Costo del Personal*

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Capacitador 1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Capacitador 2	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Capacitador 3	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Capacitador 4	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Capacitador 5	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 600.00	\$ 7,200.00
TOTAL					\$ 3,000.00	\$ 36,000.00

Elaborado por: Erick Marín

## Costos de Servicios Básicos

Tabla 46 Costo de Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Internet Claro fijo	1	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00
Luz	1	\$ 95.00	\$ 95.00	\$ 1,140.00
Agua	1	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 420.00
Teléfono	1	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Celular Movistar	1	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Monitoreo Seguridad	1	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 480.00
<b>Total</b>	<b>6</b>		<b>\$ 275.00</b>	<b>\$ 3,300.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

## Otros costos

Tabla 47 Otros Costos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Resma de Papel A4 Caja	1	\$ 31.00	\$ 31.00	\$ 372.00
Set de Maquillaje	10	\$ 65.00	\$ 650.00	\$ 7,800.00
Set de Pinturas de Payaso	50	\$ 0.75	\$ 37.50	\$ 450.00
Set de Pinceles	25	\$ 10.50	\$ 262.50	\$ 3,150.00
Vajilla	2	\$ 55.00	\$ 110.00	\$ 1,320.00
Cubiertos	3	\$ 32.90	\$ 98.70	\$ 1,184.40
Clips	3	\$ 2.00	\$ 6.00	\$ 72.00
Grapas	2	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ 24.00
Lápices carpintero	10	\$ 2.00	\$ 20.00	\$ 240.00
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>\$ 200.15</b>	<b>\$ 1,217.70</b>	<b>\$ 14,612.40</b>

Elaborado por: Erick Marín

## Total Costos Operativos

Tabla 10 Total Costos Operativos

Descripción	Valor	Valor Total Anual
Costo Personal	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Servicios Básicos	\$ 275.00	\$ 3,300.00
Otros Costos	\$ 1,217.70	\$ 14,612.40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,492.70</b>	<b>\$ 53,912.40</b>

Elaborado por: Erick Marín

## 5.02.02 Gastos Administrativos

Estos provienen de la realización de las funciones administrativas de la empresa. Se toma en consideración las remuneraciones, materiales y suministros.

### Gasto Personal

*Tabla 11 Gasto Personal*

Gasto Administrativo						
Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Gerente	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 925	\$11,100.00
Secretaria	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 545.83	\$ 6,550.00
Contador	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 29.17	\$ 29.17	\$ 545.83	\$ 6,550.00
<b>TOTAL</b>					\$ 2016.67	\$24,200.00

Elaborado por: Erick Marín

### Material de Aseo y Limpieza

*Tabla 12 Material de Aseo y Limpieza*

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total Anual
Escoba	8	\$ 2.00	\$ 16.00	\$ 192.00
Recogedor	4	\$ 1.00	\$ 4.00	\$ 48.00
Trapeador	8	\$ 2.50	\$ 20.00	\$ 240.00
Desinfectante	6	\$ 3.00	\$ 18.00	\$ 216.00
Cloro	6	\$ 2.00	\$ 12.00	\$ 144.00
Ambiental	15	\$ 3.00	\$ 45.00	\$ 540.00
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>\$ 13.50</b>	<b>\$ 115.00</b>	<b>\$ 1,380.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

## Suministros de Oficina

Tabla 13 Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total Anual
Resma de Papel	30	\$ 4.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Block de facturas	10	\$ 10.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Lápices carpintero	30	\$ 0.50	\$ 15.00	\$ 180.00
Bolígrafos	45	\$ 0.50	\$ 22.50	\$ 270.00
Clips	10	\$ 2.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Borradores	20	\$ 1.50	\$ 30.00	\$ 360.00
Grapas	20	\$ 1.00	\$ 20.00	\$ 240.00
<b>TOTAL</b>	<b>165</b>	<b>\$ 19.50</b>	<b>\$ 327.50</b>	<b>\$ 3,930.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

## Otros Gastos Administrativos

Tabla 14 Otros Gastos Administrativos

Descripción	Valor	Valor Total Anual
Servicios Básicos	\$ 30.00	\$ 360.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.00</b>	<b>\$ 360.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

## Total Gastos Administrativos

Tabla 53 Total Gastos Administrativos

Descripción	Valor	Valor Total Anual
Gasto Personal	\$ 2,016.67	\$ 24,200.00
Material de Limpieza	\$ 115.00	\$ 1,380.00
Suministros de Oficina	\$ 327.50	\$ 3,930.00
Otros Gastos	\$ 30.00	\$ 360.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,489.17</b>	<b>\$ 29,870.00</b>

Elaborado por: Erick Marín

### 5.02.03 Gasto de Venta

Los gastos de ventas son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto o servicio; abarcan varias actividades, como mercadotecnia, investigación y desarrollo, estudios, promotores, entre otros.

#### Gasto de Ventas

Tabla 54 Gasto de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Diseño de página web	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Dípticos	1000	\$ 0.05	\$ 50.00	\$ 600.00
Cuñas Radiales (7 diarias, lunes-viernes)	154	\$ 9.10	\$ 1,401.40	\$ 16,816.80
Tarjetería	1000	\$ 0.03	\$ 30.00	\$ 360.00
<b>TOTAL</b>	<b>2155</b>	<b>\$ 309.18</b>	<b>\$ 1,781.40</b>	<b>\$ 18,076.80</b>

Elaborado por: Erick Marín

### 5.02.05 Proyección de Costos y Gastos

Se realiza la proyección de Costos y gastos, para los 5 años, que es el tiempo de duración estándar del proyecto.

## Proyección de Ingresos Operacionales

Tabla 15 Proyección de Ingresos Operacionales

Concepto	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
Costo Personal	\$36,000.00	1.0327	\$37,177.20	\$38,392.89	\$39,648.34	\$40,944.84	\$42,283.74
Servicios Básicos	\$ 3,660.00	1.0327	\$ 3,779.68	\$ 3,903.28	\$4,030.91	\$ 4,162.73	\$ 4,298.85
Otros Costos	\$14,612.40	1.0327	\$15,090.23	\$15,583.68	\$16,093.26	\$16,619.51	\$17,162.97
Total Proyección de Costos Operativos			\$56,047.11	\$57,879.85	\$59,772.52	\$61,727.08	\$63,745.56

Elaborado por: Erick Marín

## Proyección de Gastos Administrativos

Tabla 56 Proyección de Gastos Administrativos

Concepto	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto Personal	\$24,200.00	1.0327	\$ 24,991.34	\$25,808.56	\$26,652.50	\$27,524.03	\$28,424.07
Material de Limpieza	\$ 1,380.00	1.0327	\$ 1,425.13	\$ 1,471.73	\$ 1,519.85	\$ 1,569.55	\$ 1,620.88
Suministros de Oficina	\$ 3,930.00	1.0327	\$ 4,058.51	\$ 4,191.22	\$ 4,328.28	\$4,469.81	\$ 4,615.97
Otros Gastos	\$ 360.00	1.0327	\$ 371.77	\$ 383.93	\$ 396.48	\$ 409.45	\$ 422.84
Total Proyección de Gastos Administrativos			\$ 30,846.75	\$ 31,855.44	\$ 32,897.11	\$33,972.85	\$35,083.76

Elaborado por: Erick Marín

## Proyección de Gasto de Ventas

Tabla 16 Proyección de Gasto de Venta

Concepto	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto Ventas	\$18,076.80	1.0327	\$ 18,667.91	\$19,278.35	\$19,908.75	\$20,559.77	\$21,232.07
Total Proyección de Gastos Ventas			\$ 18,667.91	\$19,278.35	\$19,908.75	\$20,559.77	\$21,232.07

Elaborado por: Erick Marín

### 5.02.06 Costos Financieros

Son todos los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo.

#### Costos Fijos y Variables

Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos o comerciales.

Tabla 17 Costos Fijos y Variables

CONCEPTO	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>						
Depreciación	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 2,841.22	\$ 2,841.22
Amortización de la Inversión Diferida	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ -
Sueldos Administrativos	\$24,200.00	\$24,991.34	\$25,808.56	\$26,652.50	\$27,524.03	\$28,424.07
Servicios Básicos	\$ 3,660.00	\$ 3,779.68	\$ 3,903.28	\$ 4,030.91	\$ 4,162.73	\$ 4,298.85
Sueldos Instructores	\$36,000.00	\$37,177.20	\$38,392.89	\$39,648.34	\$40,944.84	\$42,283.74
Otros Gastos Administrativos	\$14,612.40	\$15,090.23	\$15,583.68	\$16,093.26	\$16,619.51	\$17,162.97
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$82,201.62</b>	<b>\$84,767.67</b>	<b>\$87,417.63</b>	<b>\$90,154.24</b>	<b>\$92,296.34</b>	<b>\$95,010.85</b>
<b>Costos Variables</b>						
Gastos Ventas	\$18,076.80	\$18,667.91	\$19,278.35	\$19,908.75	\$20,559.77	\$21,232.07
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$18,076.80</b>	<b>\$18,667.91</b>	<b>\$19,278.35</b>	<b>\$19,908.75</b>	<b>\$20,559.77</b>	<b>\$21,232.07</b>
<b>Total Costos Anuales</b>	<b>\$100,278.42</b>	<b>\$103,435.58</b>	<b>\$106,695.98</b>	<b>\$110,062.99</b>	<b>\$112,856.11</b>	<b>\$116,242.92</b>

Elaborado por: Erick Marín

### **5.03 INVERSIONES**

La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, y poder recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia.

#### **5.03.01 Inversión Fija**

Esta es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto. Se llama fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa.

Estos recursos tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, los mismos son maquinaria, equipos, muebles, vehículos, edificio, entre otros.

##### **5.03.01.01 Activos Fijos**

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), dice que el activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que el mismo ocasione problemas en sus actividades productivas.

### **5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)**

Los Activos Nominales son el conjunto de bienes intangibles de propiedad de la empresa los mismos son necesarios para su funcionamiento. Intervienen aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos, permisos de funcionamiento.

### **5.03.02 Capital de Trabajo**

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), se refiere al capital de trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que se debe contar para que empiece el funcionamiento de la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la capacitación de las ganancias que éstas generan.

### 5.03.03 Cuadro de Inversiones

Tabla 18 Cuadro de Inversiones

CONCEPTO	Uso de Fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
<b>Activos Fijos</b>			
Vehículo	\$ 37,900.00	\$ 24,635.00	\$ 13,265.00
Terreno	\$ 10,000.00	\$ 6,500.00	\$ 3,500.00
Infraestructura	\$ 25,000.00	\$ 16,250.00	\$ 8,750.00
Maquinaria y Equipo	\$ 12,208.00	\$ 12,208.00	
Equipo de Oficina	\$ 736.22	\$ 736.22	
Equipo de Computación	\$ 2,052.00	\$ 2,052.00	
Muebles y Enseres	\$ 15,468.00	\$ 15,468.00	
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 103,364.22</b>	<b>\$ 77,849.22</b>	<b>\$ 25,515.00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>\$ 1,020.00</b>	<b>\$ 1,020.00</b>	
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costos Operacionales	\$ 4,492.70	\$ 4,492.70	
Gasto Administrativo	\$ 2,489.17	\$ 2,489.17	
Gasto de Ventas	\$ 1,781.40	\$ 1,781.40	
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 8,763.27</b>	<b>\$ 8,763.27</b>	
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 113,147.49</b>	<b>\$ 87,632.49</b>	<b>\$ 25,515.00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>65%</b>	<b>35%</b>

Elaborado por: Erick Marín

Análisis:

La inversión total será de \$83471,88, de la cual el 65% provendrá de recursos propios, mientras que el 35%, será financiado a través de un préstamo.

## Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas.

### 5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Es aplica a los activos diferidos o intangibles. Indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

*Tabla 19 Amortización del Financiamiento*

<b>MONTO</b>	\$3,500.00					
<b>INTERES</b>	10.21%					
<b>PLAZO</b>	2 AÑOS					
<b>PERIODOS</b>	4					
<b>TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO</b>						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERES	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2015(AÑO BASE)	0	\$ 25,515.00				\$ 25,55.00
2016	1	\$ 25,515.00	\$ 1,302.54	\$6,378.75	\$ 7,681.29	\$19,136.25
2017	2	\$ 19,136.25	\$ 976.91	\$6,378.75	\$ 7,355.66	\$12,757.50
2018	3	\$ 12,757.50	\$ 651.27	\$6,378.75	\$ 7,030.02	\$ 6,378.75
2019	4	\$ 6,378.75	\$ 325.64	\$6,378.75	\$ 6,704.39	\$ -
		Cuota de pago	\$ 6,378.75			

Elaborado por: Erick Marín

## Amortización del Diferido

*Tabla 20 Amortización del Diferido*

Concepto	Valor Total	Vida del proyecto	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de constitución	\$1,020.00	5	\$204.00	\$204.00	\$204.00	\$204.00	\$204.00
<b>Total Amortización del Diferido</b>			<b>\$204.00</b>	\$204.00	\$204.00	\$204.00	\$204.00

Elaborado por: Erick Marín

### 5.03.05 Depreciaciones

Las depreciaciones hacen referencia al valor que pierden los bienes con su uso.

#### Tabla de Depreciaciones

*Tabla 21 Tabla de Depreciaciones*

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	\$12,208.00	10	\$ 1,220.80	\$ 1,220.80	\$1,220.80	\$1,220.80	\$1,220.80
Muebles y Enseres	\$15,468.00	10	\$ 1,546.80	\$ 1,546.80	\$1,546.80	\$1,546.80	\$1,546.80
Equipos de Oficina	\$ 736.22	10	\$ 73.62	\$ 73.62	\$ 73.62	\$ 73.62	\$ 73.62
Equipos de Computación	\$ 2,052.00	3	\$ 684.00	\$ 684.00	\$ 684.00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$30,464.22</b>		<b>\$ 3,525.22</b>	<b>\$ 3,522</b>	<b>\$3,525.22</b>	<b>\$2,841.22</b>	<b>\$2,841.22</b>

Elaborado por: Erick Marín

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial

El balance general, también llamada estado de situación financiera, es un estado financiero básico cuyo objetivo es presentar la situación financiera de una empresa en una fecha determinada, es decir, los recursos que posee y la forma en que estos están siendo financiados.

Tabla 22 Estado de Situación Inicial

EMPRESA VILAGE MODELS  
ESTADO DE SITUACION INICIAL  
AL 31 DE DICIEMBRE 2015

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA BANCOS	\$ 8,763.27	CUENTAS POR PAGAR	\$ 0.00
CUENTAS POR COBRAR	\$ 0.00	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 0.00
INVENTARIOS	\$ 0.00	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 8,763.27</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		PRESTAMO L/P	\$ 25,515.00
TERRENO	\$ 10,000.00	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	\$ 25,515.00
CONSTRUCCION	\$ 25,000.00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 25,515.00</b>
VEHICULO	\$ 37,900.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 12,208.00		
EQUIPO DE OFICINA	\$ 736.22		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,052.00	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 15,468.00	CAPITAL	\$ 87,632.49
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$103,364.22</b>	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 87,632.49</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
GASTO CONSTITUCION	\$ 1,020.00		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 1,020.00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 113,147.49</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT</b>	<b>\$113,147.49</b>

Gerente

Contador

Elaborado por: Erick Marín

### 5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados es un estado financiero básico que presenta información relevante a cerca de las operaciones desarrolladas por la empresa en un periodo determinado. En él se realiza un enfrentamiento entre los ingresos de un periodo con los gastos generados en ese mismo periodo, lo que da como resultado una Utilidad o una Perdida.

Para el caso del presente proyecto, es necesario determinar el estado de resultados proyectado para 5 años que es la vida útil del proyecto.

### Estado de Resultados Proyectado

*Tabla 23 Estado de Resultados Proyectado*

EMPRESA VILAGE MODELS  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO  
AL 31 DE DICIEMBRE 2015

	Descripción	2015	2016	2017	2018	2019	2020
		año base					
	<b>VENTAS</b>	\$186,975.00	\$199,147.07	\$212,111.55	\$225,920.01	\$240,627.40	\$256,292.25
-	Costos Operativos		\$ 56,047.11	\$ 57,879.85	\$ 59,772.52	\$ 61,727.08	\$ 63,745.56
=	<b>Utilidad bruta en ventas</b>		<b>\$143,099.97</b>	<b>\$154,231.70</b>	<b>\$166,147.49</b>	<b>\$178,900.32</b>	<b>\$192,546.69</b>
-	Gastos administrativos		\$ 24,200.00	\$ 24,991.34	\$ 25,808.56	\$ 26,652.50	\$ 27,524.03
-	Gastos de venta		\$ 18,667.91	\$ 19,278.35	\$ 19,908.75	\$ 20,559.77	\$ 21,232.07
-	Depreciaciones		\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 2,841.22	\$ 2,841.22
-	Amortizaciones		\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00
=	<b>Utilidad operacional</b>		<b>\$ 96,502.83</b>	<b>\$106,232.78</b>	<b>\$116,700.96</b>	<b>128,642.83</b>	<b>\$140,745.36</b>
±	Otros gastos		\$ 371.77	\$ 383.93	\$ 396.48	\$ 409.45	\$ 422.84
-	Gasto financiero		\$ 1,302.54	\$ 976.91	\$ 651.27	\$ 325.64	\$ -
=	<b>Utilidad antes de part. e imp.</b>		<b>\$ 94,828.52</b>	<b>\$104,871.95</b>	<b>\$115,653.20</b>	<b>\$127,907.75</b>	<b>\$140,322.52</b>
-	15 % participación trabajadores		\$ 14,224.28	\$ 15,730.79	\$ 17,347.98	\$ 19,186.16	\$ 21,048.38
=	<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$ 80,604.24</b>	<b>\$ 89,141.16</b>	<b>\$ 98,305.22</b>	<b>\$108,721.59</b>	<b>\$119,274.14</b>
-	22 % Impuesto a la renta		\$ 17,732.93	\$ 19,611.05	\$ 21,627.15	\$ 23,918.75	\$ 26,240.31
=	<b>Utilidad neta del ejercicio</b>		<b>\$ 62,871.31</b>	<b>\$ 69,530.10</b>	<b>\$ 76,678.07</b>	<b>\$ 84,802.84</b>	<b>\$93,033.83</b>

Elaborado por: Erick Marín

### 5.03.08 Flujo Caja Proyectado

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en el periodo dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del estado de flujo de caja.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante el periodo de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo.

Tabla 24 Flujo de Caja Proyectado

	Descripción	2015	2016	2017	2018	2019	2020
		año base					
	<b>VENTAS</b>	\$ 86,975.00	\$199,147.07	\$212,111.55	\$225,920.01	\$240,627.40	\$ 256,292.25
-	Costos Operativos		\$56,047.11	\$57,879.85	\$59,772.52	\$61,727.08	\$ 63,745.56
=	<b>Utilidad bruta en ventas</b>		<b>\$143,099.97</b>	<b>\$154,231.70</b>	<b>\$166,147.49</b>	<b>\$178,900.32</b>	<b>\$192,546.69</b>
-	Gastos administrativos		\$24,200.00	\$ 24,991.34	\$25,808.56	\$26,652.50	\$27,524.03
-	Gastos de venta		\$18,667.91	\$19,278.35	\$19,908.75	\$20,559.77	\$ 21,232.07
-	Depreciaciones		\$3,525.22	\$3,525.22	\$3,525.22	\$2,841.22	\$ 2,841.22
-	Amortizaciones		\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$204.00	\$ 204.00
=	<b>Utilidad operacional</b>		<b>\$96,502.83</b>	<b>\$106,232.78</b>	<b>\$ 116,700.96</b>	<b>\$ 128,642.83</b>	<b>\$140,745.36</b>
±	Otros gastos		\$ 371.77	\$ 383.93	\$ 396.48	\$409.45	\$ 422.84
-	Gasto financiero		\$1,302.54	\$ 976.91	\$ 651.27	\$ 325.64	\$ -
=	<b>Utilidad antes de part. e imp.</b>		<b>\$94,828.52</b>	<b>\$104,871.95</b>	<b>\$115,653.20</b>	<b>\$127,907.75</b>	<b>\$140,322.52</b>
-	15 % participación trabajadores		\$14,224.28	\$15,730.79	\$17,347.98	\$19,186.16	\$ 21,048.38
=	<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$80,604.24</b>	<b>\$89,141.16</b>	<b>\$98,305.22</b>	<b>\$108,721.59</b>	<b>\$119,274.14</b>
-	22 % Impuesto a la renta		\$17,732.93	\$19,611.05	\$ 21,627.15	\$ 23,918.75	\$ 26,240.31
=	<b>Utilidad neta del ejercicio</b>		<b>\$62,871.31</b>	<b>\$69,530.10</b>	<b>\$76,678.07</b>	<b>\$84,802.84</b>	<b>\$ 93,033.83</b>
+	Depreciaciones		\$1,830.70	\$1,830.70	\$ 1,830.70	\$1,488.70	\$ 1,488.70
+	Amortizaciones		\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00
-	Amortización Deuda		(7,681.29)	(7,355.66)	(7,030.02)	(6,704.39)	-

-	Compra de Activo Fijo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	Inversión	\$(104,384.22)					
	- Capital de Trabajo	\$(8,763.27)					
	Deuda	\$25,515.00					
	Depósito de Garantía	\$ 1,020.00					\$1,020.00
	Valor de Desecho						\$ -
	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$(86,612.49)	\$57,224.71	\$64,209.14	\$ 71,682.75	\$79,791.15	\$95,746.53

Elaborado por: Erick Marín

## 5.04 EVALUACION

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto, se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado el proyecto, de acuerdo con las restricciones de los medios; se conocerá y dominará el proceso de producción o servicios, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa de entrega de servicios; además se abra calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

La evaluación económica o financiera, determina la viabilidad y la rentabilidad que tendrá el proyecto, a través de las herramientas del Valor Presente Neto (VPN) y de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), también permite calcular el tiempo que tardará el proyecto para recuperar la inversión de los socios, así como la utilidad por cada dólar invertido.

#### 5.04.01 Tasa de descuento

(Guevara 2015), al referirse a la Tasa de Descuento asegura que ésta es la suma de las tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador.

Tasa de descuento

*Tabla 66 Tasa de Descuento*

CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa Activa	11,20%
(+) Tasa Pasiva	5,31%
TMAR	16,51%

Elaborado por: Erick Marín

#### 5.04.02 VAN o VPN

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), señala que el valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 221). Esto equivale a comprar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para comprar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cercano.

Tabla 67 VAN o VPN

TMAR O TASA DE DESCUENTO	16.51%
INVERSION	\$ (113,147.49)
AÑO 2016	\$ 57,224.71
AÑO 2017	\$ 64,209.14
AÑO 2018	\$ 71,682.75
AÑO 2019	\$ 79,791.15
AÑO 2020	\$ 95,746.53
<b>VAN</b>	<b>\$ 99,984.07</b>

Elaborado por: Erick Marín

Análisis: el cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto es de \$84.292,28 de una inversión de \$113.147,49, por lo que el indicador es aceptable.

#### 5.04.04 TIR

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

#### Tasa Interna de Rendimiento

Tabla 25 Tasa Interna de Rendimiento

INVERSION	\$ (113,147.49)
AÑO 2016	\$ 57,224.71
AÑO 2017	\$ 64,209.14
AÑO 2018	\$ 71,682.75
AÑO 2019	\$ 79,791.15
AÑO 2020	\$ 95,746.53
<b>TIR</b>	<b>52%</b>

Elaborado por: Erick Marín

Análisis: los resultados obtenidos arrojan una TIR del 52%, lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión.

#### 5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)

El período de recuperación de la inversión determina el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado.

Tabla 69 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	\$ 57,224.71	0.86	\$ 49,115.71	\$ 49,115.71
2016	\$ 64,209.14	0.74	\$ 47,301.02	\$ 96,416.72
2017	\$ 71,682.75	0.63	\$ 45,323.67	
2018	\$ 79,791.15	0.54	\$ 43,301.40	
2019	\$ 95,746.53	0.47	\$ 44,597.14	

Inversion -  
Flujo

\$ 16,730.76

2.80

24

tiempo de recuperación 2 años 2 meses y 24 días

Elaborado por: Erick Marín

Análisis: en tiempo en el que se recupera la inversión será de 2 años, 6 meses y 29 días, lo que indica que el proyecto es rentable.

#### 5.04.06 RBC (Relación costo beneficio)

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.

Tabla 26 RBC (Relación Costo Beneficio)

AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
2016	\$ 49,115.71
2017	\$ 47,301.02
2018	\$ 45,323.67
2019	\$ 43,301.40
2020	\$ 44,597.14
TOTAL	\$ 229,638.93
RC/B	2.03

Elaborado por: Erick Marín

Análisis: se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$1,03 de ganancia, lo cual es un excelente indicador de la rentabilidad del proyecto.

#### 5.04.07 Punto de equilibrio

Este es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y los variables. Se lo considera una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios, y de esta forma poder calcular con factibilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.

$$P.E. = \frac{CF}{\frac{1 - \text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

Tabla 27 Punto de Equilibrio

PROYECCION DE COSTOS ANUALES					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>					
Depreciación	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 3,525.22	\$ 2,841.22	\$ 2,841.22
Amortización de Inversión Diferido	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00
Sueldos Administrativos	37177.20	38392.89	39648.34	40944.84	42283.74
Servicios Básicos	3779.68	3903.28	4030.91	4162.73	4298.85
Otros Gastos Administrativos	15090.23	15583.68	16093.26	16619.51	17162.97
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 59,776.33</b>	<b>\$ 61,609.07</b>	<b>\$ 63,501.74</b>	<b>\$ 64,772.30</b>	<b>\$ 66,790.78</b>
<b>Costos Variables</b>					
Gastos Ventas	18667.91	19278.35	19908.75	20559.77	21232.07
<b>Total Costo Variable</b>	<b>18667.91</b>	<b>19278.35</b>	<b>19908.75</b>	<b>20559.77</b>	<b>21232.07</b>
<b>Ventas</b>	\$ 199,147.07	\$ 212,111.55	\$ 225,920.01	\$ 240,627.40	\$ 256,292.25
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	\$ 59,776.24	\$ 61,608.98	\$ 63,501.65	\$ 64,772.22	\$ 66,790.69

Elaborado por: Erick Marín

### Calculo Punto de Equilibrio en Dólares

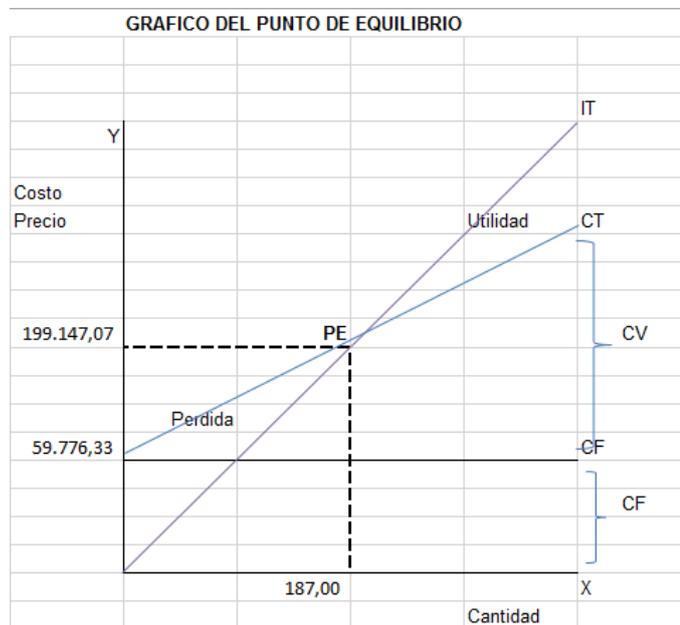
Precio Unitario Anual

\$ 1,655.18

Análisis: en el años 2016 el punto de equilibrio será de \$59,776.24, en el año 2017 será \$61,698.98, en el año 2018 de \$633,501.65, en el año 2019 de \$64,772.22 y en el año 2020 de \$66,790.69.

## Punto de Equilibrio

Ilustración 47 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Erick Marín

### 5.04.08 Análisis de índices financieros

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), dice que estas técnicas no toman en cuenta el valor de dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.

#### 5.04.08.01 Razones de Apalancamiento

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

#### Razón de Endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda.

Razón de Endeudamiento

$$\begin{aligned} \text{R.E} &= \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \\ \text{R.E} &= \frac{25.515,00}{113.147,49} \\ \text{R.E} &= 0,23 \end{aligned}$$

Análisis: el grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 23%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

#### Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos propietarios.

#### Razón de Apalancamiento Externo

$$\text{R.A.E} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

$$\text{R.A.E} = \frac{25.515,00}{87.632,49}$$

$$\text{R.A.E} = 0,29$$

Análisis: la relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 29%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

#### Razón de Apalancamiento Interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomando de terceros.

#### Razón de Apalancamiento Interno

$$\text{R.A.I} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{R.A.I} = \frac{87.632,49}{25.515,00}$$

$$\text{R.A.I} = 3,43$$

Análisis: por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto 3,43 dólares.

### Razones de Actividad o de Gerencia

Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo, y del activo total.

### Rotación del Activo Fijo

Este indicador mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos.

#### Rotación de Activo Fijo

$$\text{R.A.F} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{R.A.F} = \frac{186.975,00}{103.364,22}$$

$$\text{R.A.F} = 1,81$$

Análisis: la rotación del proyecto es de 1,81: lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a 1,81, es decir, casi 2 veces la inversión en activos fijos.

### Rotación del Activo Total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

#### Rotación del Activo Total

$$\text{R.A.T} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.A.T} = \frac{186.975,00}{113.147,49}$$

$$\text{R.A.T} = 1,65$$

Análisis: la rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 1,65 veces la inversión del activo total.

#### Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

#### Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje que les queda a los propietarios

#### Margen de Utilidad Neta

$$\text{R.A.T} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{R.A.T} = \frac{62.871,31}{186.975,00}$$

$$\text{R.A.T} = 0,34$$

Análisis: el porcentaje que les queda a los propietarios por operar la empresa es del 34%.

### Rendimiento sobre Activos ROA

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

Rendimiento Sobre Activos ROA

$$\begin{aligned} \text{R.O.A} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}} \\ \text{R.O.A} &= \frac{62.871,31}{113.147,49} \\ \text{R.O.A} &= 0,56 \end{aligned}$$

Análisis: el rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 56%, lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

### Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Mide la rentabilidad que obtiene sobre el patrimonio de la empresa.

Rendimiento sobre el Patrimonio o Capital ROE

$$\begin{aligned} \text{R.O.E} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}} \\ \text{R.O.E} &= \frac{62.871,31}{87.632,49} \\ \text{R.O.E} &= 0,72 \end{aligned}$$

Análisis: la rentabilidad sobre el Capital Contable o Patrimonio es del 72%, lo que quiere decir que el capital contable crecerá.

### Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión

Rendimiento Sobre la Inversión ROI

$$\text{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{R.O.I} = \frac{62.871,31}{113.147,49}$$

$$\text{R.O.I} = 0,56$$

Análisis: la rentabilidad sobre la inversión es del 56% lo cual indica que está dentro de los parámetros establecidos.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

Mediante un análisis podremos determinar los niveles de impacto que tendrá mayor relevancia en este proyecto, mediante una matriz de valoración.

Tabla 28 Impactos

IMCAPTO	POSITIVO	NEGATIVO
ALTO		
MEDIO		
BAJO		

Elaborado por: Erick Marín

#### 6.01 Impacto Ambiental

Tabla 29 Impacto Ambiental

IMCAPTO	POSITIVO	NEGATIVO
ALTO		
MEDIO		
BAJO		X

Elaborado por: Erick Marín

El impacto ambiental del giro del negocio es negativo bajo ya que el mismo no genera ningún tipo de desperdicio químico o tóxico para el ambiente. Y todos los residuos y desechos generados por los clientes después de receso serán divididos por material orgánico o inorgánico para una reciclaje del mismo.

#### 6.02 Impacto Económico

Tabla 30 Impacto Económico

IMCAPTO	POSITIVO	NEGATIVO
ALTO	x	
MEDIO		
BAJO		

Elaborado por: Erick Marín

El nivel de impacto económico del negocio es alto y positivo ya que el aumento de la tasa de empleo genera mayor productividad al país desarrollando de esta manera la cantidad de vida de cada uno sus habitantes mejorando la actividad económica conjunta.

### 6.03 Impacto Comercial

Tabla 31 Impacto Comercial

IMCAPTO	POSITIVO	NEGATIVO
ALTO		
MEDIO	X	
BAJO		

Elaborado por: Erick Marín

El impacto Comercial es medio positivo medio, ya que la satisfacción del cliente es indispensable para lograr los objetivos establecidos, y el mejoramiento continuo que permite brindar un servicio de calidad y consiguiendo así una estabilidad del cliente.

### 6.04 Impacto Social

Tabla 76 Impacto Social

IMCAPTO	POSITIVO	NEGATIVO
ALTO	X	
MEDIO		
BAJO		

Elaborado por: Erick Marín

El nivel de impacto es positivo alto ya que al ofertar un nuevo negocio para las personas con Síndrome de Down, los familiares querrán impulsar el desarrollo personal y profesional de los mismos.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

- Contribuir a la ciudad con un nuevo concepto de inclusión social en el ámbito del modelaje, poniendo énfasis en dar las factibilidades a todos los usuarios y a la vez que estos contenedores sirvan de referentes a futuro rescatando los valores que tiene nuestra cultura en diferentes ámbitos.
- De acuerdo al análisis realizado al sector de Carcelén, se tiene como resultado una demanda de clientes potenciales.
- Al analizar los impactos se determinó que en un promedio general de impacto es medio alto positivo, es decir que es favorable dentro del sector.
- El mundo del modelaje es realmente fascinante para quienes deseen estar frente a cámaras, fotografías, pasarela y demás, pero aun así falta un plus el cual estos chicos deberán interesarse de tal manera que sepan que es lo que están haciendo y así colaboren a un desempeño más óptimo en el resultado de una campaña publicitaria.

## 7.02 Recomendaciones

- Estamos completamente seguros que una persona con Síndrome de Down puede incursionarse en el modelaje lo cual implica mucho más argumentos que los modelos que se nos presentan a diario y a los cuales estamos acostumbrados a ver, ya que una persona con Síndrome de Down nos puede identificar que también ellos pueden incursionar en el ámbito y las personas les den más acogida a los mismos.
- Los directores de agencias de modelos deberían darle más interés al asunto, no para aumentar su negocio, sino porque realmente es necesario que se incluya dentro de una formación como modelo a las personas con Síndrome de Down.
- Planificar estrategias que nos permita aprovechar toda la demanda existente y la que se unirá en el transcurso que se preste el servicio.
- Realizar evaluaciones de servicio, es decir tomando en cuenta la opinión de los clientes que ayuden a la evolución del establecimiento.

## Bibliografía

- Mera M, (2008, Pág. 8). Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE.
- Mera M, (2008, Pág. 15) Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE.
- Duarte Pablo, (2014). Tesis sobre la Moda.
- Mera M, (2008, Pág. 19-21). Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE.
- Mera M, (2008, Pág. 30). Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE.
- Mera M, (2008, Pág. 32). Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE.
- Mera M, (2008, Pág. 35). Tesis Propuesta para la formación de Modelos Humanos, UTE 2008.
- Orlando Caiza, (2012). Tesis Centro de Enseñanza para Discapacitados.
- Ralph Murphine, (2006). Consultor Político
- Ivancevich J., Lorenzi P., Skinner S., Cros by P. (1996 Pág. 331). Enciclopedia Gestión, Calidad y Competitividad.
- Enciclopedia del MANAGEMENT, Pág. 323
- Océano Grupo Editorial S.A.
- Enciclopedia Svat Editores, Pág. 3763
- ILPES (2006). Guía para presentación de proyectos, España: Siglo XXI
- Hamilton, W.M. (2005, Pág. 175). Formulación y Evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados.
- M. teresa Icart Isern, A.M. (2006). Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina. Barcelona.
- Miranda, J.J. (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación financiera. Colombia: MM editores.
- Vásquez, A.G. (2005, Pág. 68) Contabilidad Financiera. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

---

Vásquez, A.G. (2005, Pág. 111) Contabilidad Financiera. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

Baca Urbina. (2006 Pág. 169). Evaluación de Proyectos

### **Web grafía**

[www.entremodelos.com](http://www.entremodelos.com), (2014). Que es le modelaje y su historia, 10/01/2015.

(<http://www.un.org> (2015) spanish/disabilities/default.asp?id=1437),

20/01/2015.

<http://www.monografias.com>, (2013) Modelos,

trabajos10/modes/modes.shtml, 20/01/2015.

<http://www.vicepresidencia.gob.ec/>, (2013),

(programas/manuelaespejo/mission, mision del programa Manuela Espejo),

21/01/2015.

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream> (2013), normativas,

(/23000/1008/4/95303%20(Tesis).pdf), 01/02/2015.

[www.consejodiscapacidades.gob.ec](http://www.consejodiscapacidades.gob.ec), (2014),

(/ley\_organica\_discapacidades.pdf, leyes para personas con discapacidades),

01/12/2014.

<http://www.conadis.gob.ec>, (2014), (/trabajan.php), leyes remitidas para

personas con Síndrome de Down, 15/12/2014.

[www.consejodiscapacidades.gob.ec](http://www.consejodiscapacidades.gob.ec) (2013),

(convencion\_derechos\_discapacidad.pdf), 01/02/2015.

[www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf](http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf)

[www.forosecuador.ec](http://www.forosecuador.ec), (2013), Bono Joaquín Gallegos Lara. (/forum/.../5551-

bono-joaquin-gallegos-lara), 15/01/2015.

- 
- [www.sri.gob.ec/](http://www.sri.gob.ec/), (2012), requisitos para una empresa, 20/12/2014.
- [www.normalizacion.gob.ec](http://www.normalizacion.gob.ec/), (2013), normas para empresas, 20/12/2014.
- [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec/), (2013), objetivos del PNBV, 20/12/2014.
- <https://maps.google.com>, (2015), mapas de ubicacion geográfica. 10/02/2015
- <http://www.madrid.org>, (2013), personas con Síndrome de Down,  
(/Satellite?c=LIDE\_Generico\_FA&cid=1142322480925&language=es&pageid=1109268373968&pagenam=Lidera%2FLIDE\_Generico\_FA%2FLIDE\_pintarGenerico), 08/01/2015.
- <http://pyme.lavoztx.com>, (2013), (/cmo-empezar-una-agencia-de-modelos-4294.html), 10/02/2015.
- <http://lossecretosdelmundo.blogspot.com>, (2012), agencias de modelos,  
(/2011/11/estafa-agencias-de-modelos-y-golden.html), 10/02/2015.
- <http://vipagmodelos.blogspot.com>, (2013), enseñanza del modelaje, (/p/galeria-de-modelos.html), 12/02/2015.
- <http://www.downlugo.org>, (2012), el Síndrome de Down,  
(/sindromedown.asp?mat=27), 20/02/2015.
- <http://blog.ahumadaandpartners.com/gestion-cambio/el-modelaje/>
- <http://www.sindromedown.net>, el Síndrome de Down,  
(/index.php?idMenu=13&int1=5&int2=1778), 20/02/2015.
- <http://www.entremodelos.com>, (2014), cursos de modelaje,  
(/modelos/2007/03/01/modelos-publicitarios/), 12/12/2014.
- [www.cnmodelos.com](http://www.cnmodelos.com), (2014) cursos de modelaje, 12/12/2014.