



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 25 de Septiembre de 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) LOPEZ BASANTE JOSE LUIS de la carrera de ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL cuyo tema de investigación fue: APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , 2017. una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

ING. QUILUMBAQUIN MAYRA
Tutor del Proyecto

ING. CALDERÓN WILLAN
Lector del Proyecto

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. R.R.H.H. y Marketing

ING. FRANKLIN CEVALLOS
Director de Escuela

ING. GALO CISNEROS
Coordinador de la Unidad de Titulación

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y
PERSONAL

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA
CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL
CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO ,
2017**

Proyecto previo a la obtención del Título De Tecnólogo En Administración De
Recursos Humanos Y Personal

Autor: López Basante Jose Luis

Tutor: Ing. Mayra Quilumbaquin

Quito, Agosto 2017



DECLARATORIA

Yo, López Basante Jose Luis, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, 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

López Basante Jose Luis

C.C: 1723337166



LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **LÓPEZ BASANTE JOSE LUIS** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1723337166 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , 2017.**

Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

NOMBRE

López Basante Jose Luis

CEDULA

1723337166

Quito, a los 01 de Septiembre del 2017

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , 2017.



AGRADECIMIENTO

Mi tesis la dedico con todo el amor a las mujeres más hermosas que es mi esposa, madre, y mi hija, por su sacrificio, esfuerzo y apoyo incondicional, por darme una carrera muy fructífera para mi futuro y por creer en mi capacidad, aunque he pasado momentos muy difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión cariño y amor.

A mí amado hijo por ser mi fuerza de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi amado padre y familia quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para seguir adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

A mi mejor amiga(o), quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a las personas que siempre me apoyaron en las buenas y en las malas durante estos dos años estuvieron a mi lado guiándome para lograr que este sueño se haga realidad

Mi agradecimiento también va dirigido a mi tutora de tesis Ing. Mayra Quilumbaquin por haberme impartido sus conocimientos y por la paciencia que me tuvo para guiarme durante todos los avances de la tesis y poderla concluir.



DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios por permitirme tener vida, salud y poder realizar uno más de mis propósitos de tener un título de tercer nivel académico.

A mis padres por brindarme su amor, apoyo, comprensión y educación durante toda mi vida.

A toda mi familia en general por su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mi mejor amiga(o) por todo ese apoyo moral que nunca me dejó rendir a pesar de todos los problemas obtenidos siempre estuvo a mi lado, gracias a todo ese apoyo leal y sincero cumpliré el objetivo de tener un título.



INDICE GENERAL

Declaratoria.....	i
Licencia De Uso No Comercial	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Indice General	v
Indice De Tablas	x
Indice De Figuras	xiii
Resumen Ejecutivo.....	xiv
Abstract	xv
Capítulo I Introducción	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes.....	3
Capítulo II	7
2. Análisis Situacional.....	7
2.01. Ambiente Externo.....	7
2.01.01. Factor Económico.....	7
2.01.01.01 Pib	8
2.01.01.02 Inflación	10
2.01.01.03 Tasa De Desempleo	11
2.01.01.04 Balanza Comercial.....	13
2.01.01.04 Precio Barril Petróleo.....	14
Capítulo II Análisis Interno.....	15
2.02. Ambiente Interno	15



2.02.01 Clientes	15
2.02.02 Mercado Demandante	15
2.02.02. Proveedores.....	16
2.02.02. Competidores.....	16
2.03. Análisis Interno.....	18
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	18
2.03.01.01. Misión	18
2.03.01.02. Visión.....	18
2.03.01.03.01 Objetivo General.....	19
2.03.01.03.01 Objetivo Específico.....	19
2.03.01.04. Principios Y Valores.....	19
2.03.01.04. Manual De Políticas.....	20
2.03.01.05. Estructura Organizacional.....	20
2.03.01.06. Manual De Funciones Y Perfil De Cargo	22
2.03.01.07. Proceso De Selección De Personal	22
2.03.02 Gestión Comercial	23
2.03.02.01 Nombre Comercial.....	23
2.03.02.02 Slogan	24
2.03.02.03 Logotipo.....	24
2.03.02.03.01 Estudio De Colores	24
Capítulo III.....	25
3. Estudio De Mercado.....	25
3.01. Análisis Del Consumidor.....	25
3.01.01. Determinación De La Población Y Muestra.....	26



3.01.01. Población	26
3.01.02. Muestra	26
3.01.02.01 Fórmula Para Calcular La Muestra.....	27
3.01.02. Técnicas De Obtención De Información	27
3.01.02.01 Encuesta	27
3.01. Oferta	33
3.02. Demanda.....	34
Capítulo IV.....	39
4.01. Tamaño Del Proyecto	39
4.01.01. Capacidad Instalada	40
4.01.02. Capacidad Óptima.....	40
4.02. Localización.....	41
4.02.01 Macro-Localización	41
4.02.02 Micro-Localización.....	42
4.02.03 Localización Óptima.....	43
4.03. Ingeniería Del Servicio	44
4.03.01. Definición Del Servicio	44
4.03.02. Precio	44
4.03.03. Promoción.....	44
4.03.04. Plaza.....	45
4.03.05. Publicidad	45
4.03.06. Distribución Del Local.....	46
4.03.07. Inmobiliario	48
Capítulo V.....	50



5.01. Estudio Financiero	50
5.02. Ingresos Operacionales	50
5.03 Ingresos No Operacionales	56
5.04 Costos.....	56
5.04.01 Costos Directos.....	56
5.04.02 Costos Indirectos.....	57
5.04.03 Gastos.....	57
5.04.04 Gastos Administrativos.....	57
5.04.04 Gastos De Ventas.....	58
5.04.04 .01 Proyección De Costos Y Gastos	59
5.04.04 .02 Costos Financieros.....	60
5.04.04 .03 Costos Fijos.....	60
5.04.04 .04 Costos Variables	61
5.05 Inversiones	61
5.05.01 Inversiones Fijas	61
5.05.01.01 Activos Fijos.....	61
5.05.01.02 Activos Diferidos.....	62
5.05.02 Capital De Trabajo.....	62
5.05.03 Fuente De Financiamiento Y Uso De Fondos	63
5.05.04 Amortización De Financiamiento	63
5.05.05 Depreciaciones.....	65
5.05.06 Estado De Situación Inicial.....	67
5.05.07 Estado De Resultados Proyectado	68
5.05.08 Flujo De Caja Proyectado	69



5.06. Evaluación	70
5.06.01 La Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento (Tmar)	70
5.06.02 Calculo Del Valor Presente Neto (Vpn)	70
5.06.03 La Tasa Interna De Rendimiento (Tir)	71
5.06.04 Calculo Del Periodo De Recuperación De La Inversión (Pri).....	72
5.06.05 Relación Costo Beneficio	72
5.06.06 Punto De Equilibrio.	73
5.06.07 Análisis Índices Financieros.	75
Capítulo VI.....	76
6.01 Impacto Ambiental.	76
6.02 Impacto Social.	77
6.03 Impacto Económico.	77
Capítulo VII	79
7. Conclusiones Y Recomendaciones	79
7.01 Conclusiones.....	79
7.02 Recomendaciones	80
Bibliografía	81
Netgrafía.....	85



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Trabajadoras Sexuales en Distrito Metropolitano de Quito.....	3
Tabla 2 Impacto Factor Económico	8
Tabla 3 Proveedores Potenciales.....	16
Tabla 4 Competidores Potenciales	17
Tabla 5 Competidores Potenciales	17
Tabla 6 Cargos Administrativos.....	21
Tabla 7 Manual de Funciones y Perfil de Cargo.....	22
Tabla 8 Edad	28
Tabla 9 Género.....	29
Tabla 10 Preferencia	30
Tabla 11.....	31
Tabla 12.....	32
Tabla 13.....	33
Tabla 14 Datos Calcular demanda actual.....	37
Tabla 15 Resultado de la encuesta	37
Tabla 16 Proyección de la Demanda.....	37
Tabla 17 Balance Oferta – Demanda	38
Tabla 18 Tamaño del Proyecto	39
Tabla 19 Personal.....	40
Tabla 20 Capacidad Óptima.....	41
Tabla 21 Macro Localización.....	42
Tabla 22 Localización Óptima	43
Tabla 23 Muebles y Enseres Costos.....	48



Tabla 24 Equipos de Oficina.....	49
Tabla 25 Tiempos de Producción.....	51
Tabla 26 Producción Anual.....	52
Tabla 27 Materia Prima Directa.....	52
Tabla 28 Mano de Obra Directa.....	53
Tabla 29 Servicios Básicos	53
Tabla 30 Costos Indirectos Fabricación.....	54
Tabla 31 Costos Unitario de Producción	54
Tabla 32 Ingresos Operacionales	54
Tabla 33 Ingresos Proyectados.....	55
Tabla 34 Costos Directos	56
Tabla 35 Costos Indirectos.....	57
Tabla 36 Material de Aseo y Limpieza	58
Tabla 37 Gastos Suministros Oficina.....	58
Tabla 38 Gastos de Ventas	59
Tabla 39 Gastos Administrativos.....	59
Tabla 40 Gastos de Ventas.....	60
Tabla 41 Capital de Trabajo.....	62
Tabla 42 Amortización de financiamiento.....	63
Tabla 43 Amortización.....	64
Tabla 44 Amortización Diferida	65
Tabla 45 Depreciaciones	66
Tabla 46 Estado de Situación Inicial.....	67
Tabla 47 Estado Proyectado.....	68



Tabla 48 Flujo Caja Proyectado.....	69
Tabla 49 TMAR.....	70
Tabla 50 Formula.....	71
Tabla 51 VPN.....	71
Tabla 52 TIR.....	71
Tabla 53 PRI.....	72
Tabla 54 Relación Costo Beneficio.....	72
Tabla 55 Punto de Equilibrio.....	73
Tabla 56 Análisis Índices Financieros.....	75



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Visitantes en Distrito Metropolitano de Quito.....	1
Figura 2 Evolución PIB Trimestral.....	9
Figura 3 Oferta y Utilización de Bienes y Servicios.....	10
Figura 4 Inflación Anual Alimentos	11
Figura 5 Composición de la Población	12
Figura 6 Evolución del desempleo	12
Figura 7 Balanza Comercial.....	13
Figura 8 Precio Barril Petróleo	14
Figura 9 Estructura Organizacional	21
Figura 10 Logotipo.....	24
Figura 11 Impacto Análisis Externo	26
Figura 12 Edades.....	28
Figura 13 Género.....	29
Figura 14 .Motivo de Compra.....	30
Figura 15 .Macro localización.....	42
Figura 16 .Ubicación Local.....	44
Figura 17 Publicidad	45
Figura 18 .Brochure	46
Figura 19 .Distribución de áreas del local.....	47
Figura 20 .Área Administrativa.....	47
Figura 21 .Estudio Fotográfico	48
Figura 22 Punto de Equilibrio.....	74



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de mi tesis propone apoyar a la matriz productiva mediante, un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada al alquiler de trajes de época contemporánea y retrato de fotografía la importancia de buscar una independencia económica y el desarrollo económico ha permitido tener esta iniciativa micro empresarial la cual con el esfuerzo y tenacidad permitirá su ejecución.



ABSTRACT

The present project of my thesis proposes to support the productive matrix by means of a feasibility project for the implementation of a microenterprise dedicated to the rental of contemporary period costumes and photographic portrait of the importance of seeking economic independence and economic development has allowed this micro enterprise initiative which with the effort and tenacity will allow its execution.



CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

El desarrollo del presente proyecto tiene como finalidad identificar la viabilidad al implementar una microempresa dedicada al alquiler de trajes de época contemporánea, brindando el servicio complementario de fotografía instantánea, el proyecto se encuentra dirigido a turistas extranjeros ya que se convierten con un 88% en el rubro más alto de visitantes de Quito, así como turistas, con un anhelo de crear nuevas franquicias.

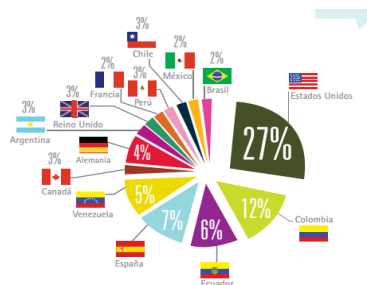


Figura 1 Visitantes en Distrito Metropolitano de Quito

Fuente. Quito Turismo

Elaborado por. López José

Esta idea de negocio nació con la necesidad de crear un negocio familiar direccionado al aprovechamiento de las habilidades de creación y diseño, plasmando así las ideas y convertirlas en resultados; el proyecto está dirigido no solamente en buscar un rédito económico, sino también desea unir a las familias mediante un



ambiente cálido, acogedor brindándoles regresar momentáneamente en el tiempo, en un estudio de campo a 48 locales existentes en la Ronda, un 80% de ellos se pudo observar que las familias que acudían a compartir un momento de unión se encontraban distraídos en sus teléfonos móviles, y los jóvenes manifestaron su desinterés por entablar una conversación con sus padres o familiares por el excesivo ruido, es así como nació la idea de brindar un servicio a la comunidad el cual además de ser entretenido busque la integración familiar.

En este tiempo de recesión económica alquilar un traje no es una necesidad básica, pero se puede evidenciar que una familia busca al momento de salir, un lugar donde se sientan identificados, que les brinden un ambiente y espacio cómodo; se conoce que las características genéticas son hereditarias de generación en generación, por ende se busca que los clientes experimenten esta fascinante experiencia a través de este servicio, por tal motivo es de gran importancia la implementación de este proyecto como emprendedor se observa en estos momentos de crisis que atraviesa el país, de elaborar algo diferente, de no ser tolerantes ante factores externos que impidan lograr los objetivos deseados, así que se trata de renovar la mentalidad que aún tienen países subdesarrollados apoyando así a la matriz productiva dirigiéndolos en los objetivos 9 y según las (Senplades, 2013) : Objetivo 9 Garantizar el trabajo digno en todas sus formas generando fuentes de empleo en su gran mayoría a mujeres del centro histórico de Quito que presan servicios sexuales, brindándoles una forma adicional de generar recursos económicos, de esta manera buscamos mejorar la calidad de vida de ellas y sus familias.



Tabla 1 Trabajadoras Sexuales en Distrito Metropolitano de Quito

Número de trabajadoras sexuales que laboran en calles y plazas del Centro Histórico, censadas, según sector de trabajo

Sector	N° de participantes	Porcentaje
24 de Mayo	40	20%
Plaza de Santo Domingo, San Marcos y La Marín ^A	65	32,5%
Plaza del Teatro	62	31%
Plaza del Teatro (trans femeninas)	10	5%
Plaza Grande	23	11,5%
Total	200	100%

Fuente. Evaluación del servicio socioeconómico de la zona de tolerancia de La Cantera y la reubicación de las trabajadoras sexuales informales del Centro Histórico de Quito

Elaborado por. López José

Ordenanza Municipal DMW 0271.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva incentivando la economía nacional, generando empleo digno.

1.02 Antecedentes

Cuantiosos son los desafíos que deben encarar el sector productivo, donde la competencia es excesivamente fuerte, es necesario entreverarse en ambiente productivo el modelo de servicio que se ofrece nace al ver la necesidad al momento de adquirir temporalmente un traje; "En Ecuador Creaciones Imperio ofrece desde hace 50 años con la idea de brindar calidad y elegancia, el Sr. Galo Arboleda prestigioso sastre de la ciudad de Quito y la Sra. Clemencia Segovia diseñadora de modas fueron los pioneros en la venta, confección, alquiler de trajes de la época debido a la necesidad que tenían los ministros provincianos de ese entonces de alquilar un traje de etiqueta." (Creaciones Imperio, 1967), en el año de 1993 nace la idea de fundar una cadena de estudios fotográficos, especializada en el retrato a la antigua con la finalidad de brindar a familias, grupos de amigos la oportunidad de

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



vivir una experiencia de nostalgia, entretenimiento y fantasía a través de una sesión fotográfica que recrea el estilo de vestimenta, ambientación y técnica de un retrato de época antigua.” (El Baúl de la Abuela, 1900)

Historia de la moda

A fin de crear un determinado estilo, los diseñadores se valen de cinco elementos básicos: el color, la forma, la caída, la textura y el equilibrio de la línea (que incluye todos aquellos rasgos de la prenda que embellecen la silueta). Las opciones que ofrecen estos cinco factores a los diseñadores y modistos se han multiplicado a lo largo de los años. En el antiguo Egipto, por ejemplo, se producía lino transparente, un tejido ideal para los climas cálidos y que gozaba de gran popularidad. Como resultaba difícil teñirlo, solía ser blanco, color que obtenían mediante un proceso de blanqueado. Los egipcios hacían pliegues en la tela para crear prendas con agradables drapeados.

En el siglo primero de la era común ya se disponía de tejidos de distintos tipos y colores. Los romanos acaudalados importaban sedas de la India o de la China, pese a que el transporte encarecía tanto la tela que se vendía al mismo precio que el oro. “Durante el siglo XIX surgieron industrias que vestían tanto a ricos como a pobres. Además, se multiplicaron las fábricas de tejidos de algodón y de lana, por lo que los precios de las telas bajaron. La invención de la máquina de coser abarató mucho la producción, los cambios sociales y tecnológicos facilitaron aún más a la gente la adquisición de ropa. En Europa occidental y en Norteamérica había más dinero para gastar. Hacia la mitad del siglo XIX se publicaron las primeras revistas femeninas, y poco después, los grandes almacenes comenzaron a vender ropa de



confección de tallas desfiles de modelos con el fin de despertar el interés de posibles". (Historia de la Moda, 2011)

La historia de la moda refleja la evolución cronológica de las prendas de vestir. La moda es el arte del vestido, de la confección de prendas sobre la base de parámetros funcionales y estilísticos, tanto en ropa como accesorios (sombreros, guantes, cinturones, bolsos, zapatos, gafas). El vestido es una necesidad básica para el ser humano, para protegerse del frío y de las inclemencias del tiempo durante su evolución, el ser humano ha ido perdiendo el pelo, que ha tenido que suplir con pieles de otros animales o, más tarde, con lana o productos vegetales como el lino y el algodón. Sin embargo, partiendo de esta primera necesidad, con el tiempo el vestido ha adquirido un carácter estético, por cuanto ha reflejado el gusto y el carácter de su portador, y se ha ido convirtiendo en un adorno más de la persona, sujeto a los cánones de la moda y del devenir artístico de cada civilización.

Asimismo, en el vestido intervienen factores climáticos y geográficos, así como sociales el vestido como reflejo de una determinada posición social, religiosos o sexistas el vestido ha servido a menudo como objeto de diferenciación sexual.; la historia de la moda comienza con la aparición del Homo sapiens, que en principio se cubrió de pieles de los animales que cazaba. En el neolítico el ser humano sabe ya hilar y tejer, pero las ropas que utiliza son trozos de pequeñas dimensiones, que no se adaptan al cuerpo, aunque aparecen ya los primeros dibujos ornamentales materia para confeccionar telas. La base de su indumentaria era el shenti, una pieza de lino que envolvía las caderas, sujeta con un cinturón. Durante el Imperio Nuevo apareció el calasiris, una túnica ceñida al cuerpo, considerada de lujo. cuya largura dependía



de la clase social, hasta las rodillas el pueblo llano, hasta los pies las clases dirigentes (Fernández Arenas, 1988).



CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

2.01. Ambiente Externo

Para definir al ambiente externo se fundamenta en el desarrollo del mercado, análisis de la competencia, oferta tanto como demanda, así como decisiones gubernamentales, con la intención de delimitar las amenazas y oportunidades; Raboni Fostostudio está situado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, en la casa de los Geranios que se encuentra ubicada en el Centro Histórico de la ciudad, entre las calles Guayaquil y Morales, diagonal a la Iglesia de Santo Domingo, esto representa un bajo impacto ya que con la eliminación de las salvaguardias, lo cual permitirá importar trajes, telas, para tener un inventario más variado.

2.01.01. Factor Económico

La asignación de recursos económicos, así como su correcta distribución tiene una preponderancia muy determinante al momento de realizar una actividad económica, si estos no son utilizados de manera adecuada es muy probable que se tenga una iliquidez en la empresa, como podemos ser cautos cuando se trata de las finanzas es primordial considerar el ambiente interno del país para entender las circunstancias económicas, pues esta va a ser el campo de desarrollo del negocio la



inestabilidad económica se encuentra plasmada en la mente de los ecuatorianos la crisis del año 1999 no solo dejó secuelas en la economía del Ecuador, despojo de la esperanza a muchos ecuatorianos, la agilidad para salir adelante a base de trabajo arduo mentalidad positiva que ha caracterizado a la mayoría de la población ha posibilitado erradicar esas barreras mentales innovando el sector productivo dando mayor viabilidad económica generando más liquidez en el país.

Tabla 2 Impacto Factor Económico

	ALTO	MEDIO	BAJO
Reformas Tributarias			x
Ordenanzas de	x		
Funcionamiento			
Capital de Trabajo	x		

Fuente. Propia

Elaborado por. López José

2.01.01.01 PIB

El Producto Interno Bruto (PIB) es la primordial variable económica; según (Banco Central del Ecuador, 2015) "De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana registró un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período de 2014 (Banco Central del Ecuador, 2015).

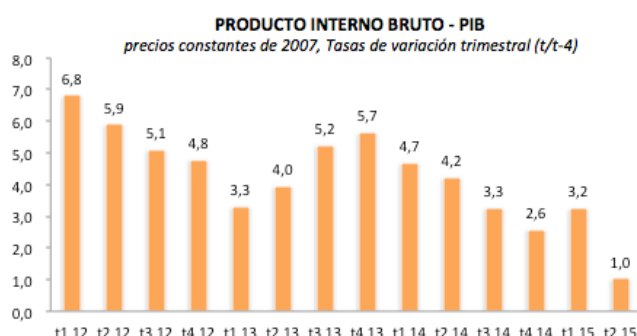


Figura 2 Evolución PIB Trimestral

Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por. López José

Análisis: El Ecuador territorialmente es un país rico en flora, fauna, recursos naturales los cuales generan recursos económicos para el país, se ha puesto mucho énfasis no solo en la producción de petróleo, sino también en áreas importantes como el turismo, hidroeléctricas los cuales generaran réditos económicos fomentando el desarrollo económico el (Banco Central del Ecuador, 2015) "Muestra las ramas económicas que más contribuyeron al crecimiento interanual del PIB en puntos porcentuales: actividades profesionales (0,46), enseñanza y salud (0,37), manufactura (0,29), comercio (0,24) y administración pública (0,24) ".Banco Central del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2015).

Análisis: Las actividades de profesionales, así como la enseñanza y salud, han sido el mayor aporte en el crecimiento de la economía esto nos da un claro panorama de que se ha trabajado en lo realmente fundamental en la sociedad la educación y formación de profesionales que son la mayor fuente de desarrollo en una sociedad.



2.01.01.02 Inflación

El (Banco Central del Ecuador, 2015) define "Inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y Bajos, establecida a través de una encuesta de hogares Banco Central del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2015).



Figura 3 Oferta y Utilización de Bienes y Servicios

Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por. López José

Análisis: Los productos que contemplan la canasta básica, son necesarios para satisfacer la necesidad básica de alimentación, si las personas no tienen la capacidad económica de poder adquirirlos se va a generar una mayor oferta de los mismos en el mercado, bajando así los precios, siendo más fácil poder adquirirlos.

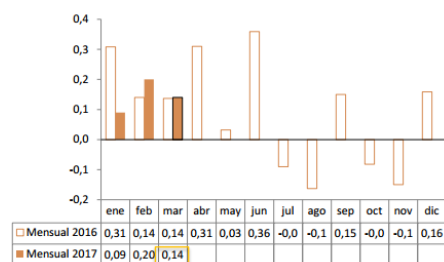


Figura 4 Inflación Anual Alimentos

Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por. López José

2.01.01.03 Tasa de Desempleo

Población en edad de trabajar (PET): Comprende a todas las personas de 15 años y más. Población económicamente inactiva (PEI): Son todas aquellas personas de 15 años y más que no están empleadas, tampoco buscan trabajo y no estaban disponibles para trabajar. Típicamente las categorías de inactividad son: rentista, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros.

Población económicamente activa (PEA): Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).

Subempleados: Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos



Instituto Nacional Estadísticas Y Censo (INEC, Instituto Nacional Estadísticas Y Censos, 2017).

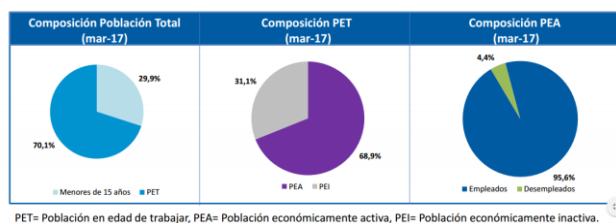


Figura 5 Composición de la Población

Fuente. Inec

Elaborado por. López José Luis

Variación
estadísticamente
significativa

Evolución del Desempleo: Total nacional

En marzo 2017, la tasa de desempleo alcanzó el **4,4%** a nivel nacional.

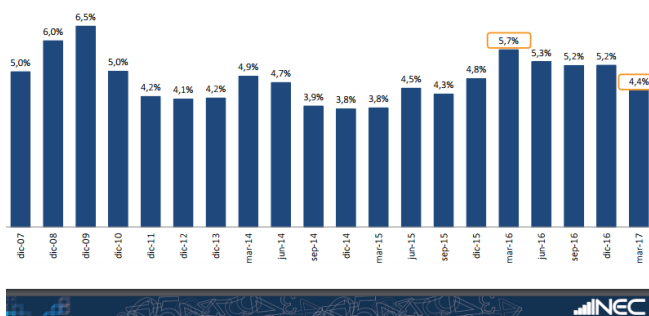


Figura 6 Evolución del desempleo

Fuente. Inec

Elaborado por. López José Luis

Análisis: Es casi inevitable escuchar a una persona decir que no tiene empleo, en estos momentos se está estabilizando temas políticos, económicos, los cuales han ayudado a que aumente el desempleo; cómo se puede ayudar a que estos índices disminuyan; con emprendimientos es la única manera de generar empleo digno y bien remunerado.

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



2.01.01.04 Balanza Comercial

Se denomina balanza comercial a la diferencia monetaria entre exportaciones e importaciones por parte de un país en un determinado período de tiempo puede tenerse un saldo negativo, cuando las importaciones superan número a las exportaciones, o un saldo; es positivo, cuando se da la situación contraria. La Balanza Comercial en el período enero – marzo de 2017, registró un superávit de USD 473.23 millones, resultado que responde a una recuperación en valor FOB de las exportaciones petroleras; la Balanza Comercial Petrolera, para el período enero - marzo de 2017, mostró un saldo favorable de USD 905.63 millones; superávit mayor en USD 556.84 millones si se compara con el obtenido en igual período de 2016 (USD 348.79 millones), como consecuencia del aumento en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo. Por su parte, la Balanza Comercial no Petrolera, aumento su déficit (4.9 %) frente al resultado contabilizado en el mismo período de 2016, al pasar de USD – 412.1 millones a USD – 432.4 millones (Banco Central del Ecuador, 2015).

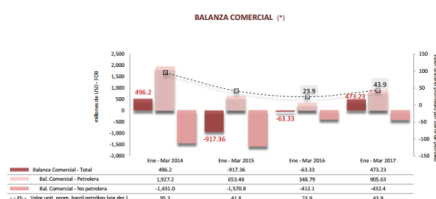


Figura 7 Balanza Comercial

Fuente. Banco Central del Ecuador, SENAE, SHE, EP Petroecuador

Elaborado por. López José

Análisis: Al eliminar las salvaguardias las importaciones aumentarían para los productores nacionales es un arma de doble filo pues en la mentalidad de los ecuatorianos aún no tenemos esa identidad consumista por lo nacional.



2.01.01.04 Precio Barril Petróleo

Entre enero de 2013 y marzo de 2017, el precio promedio del barril de petróleo facturado fue de USD 63.1; alcanzando sus mejores niveles en febrero y julio de 2013 (USD 100.1 y USD 101.1, respectivamente); y en junio de 2014 con una pequeña reducción (USD 98.9) a partir de julio de 2014 se observa una tendencia a la baja, llegando a USD 21.6 en enero de 2016; luego de febrero de 2016 el precio se recupera, y en marzo de 2017, se registra USD 42.7 dólares por barril. La variación de los precios del barril de petróleo registrado en marzo de 2017 y marzo de 2016, fue de 52.1%. (Banco Central del Ecuador, 2015).

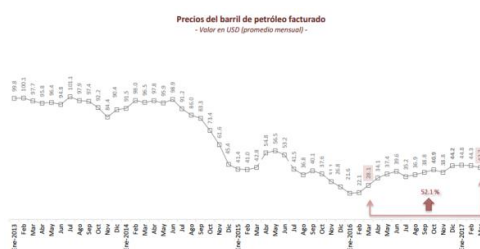


Figura 8 Precio Barril Petróleo

Fuente. Banco Central del Ecuador, SENAE, SHE, EP Petroecuador

Elaborado por. López José



CAPÍTULO II ANÁLISIS INTERNO

2.02. Ambiente Interno

2.02.01 Clientes

Un Cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Del latín “Cliens” nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos de clientes, todos de acuerdo al tipo de compra o servicio que solicitan (Enguídano Araceli Mora , 2013).

2.02.02 Mercado Demandante

El mercado demandante es aquel al cual va dirigido el servicio, quien demanda del servicio.

Objetivo: La clientela nuestro objetivo, es la ciudad de Quito, específicamente, Turistas

Primordiales: Turistas, Jóvenes, Profesionales

Total: Población en general, nivel económico medio, medio bajo dado su precio accesible.



2.02.02. Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin (Moutchnik Alexander, 2013).

Los proveedores están identificados en dos grupos:

Proveedores de Materia Prima Telas: Estos proporcionarían la tela, la fabricación estará encargada del personal que laborará en la empresa pues cuenta con la habilidad y creatividad para hacerlo; proveedores de Insumos Fotográficos: Papel fotográfico, así como tinta para impresora serán adquiridos a Tecno mega, y Novicompu, quienes son los proveedores con precios más accesibles.

Tabla 3 Proveedores Potenciales

Potenciales Proveedores		
Proveedor	Materia Prima	Ubicación
Tecno mega	Papel Fotográfico	Sur
Textiles Sarita	Telas	Centro
Novicompu	Tinta	Centro
Pc Computer	Impresora	Norte

Fuente. Propia

Elaborado por. López José Luis

2.02.02. Competidores

En economía, la competencia¹ es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes ("The New Palgrave Dictionary of Economics., 1987).

Tabla 4 Competidores Potenciales

Potenciales Competidores		
Competidor	Servicio	Ubicación
Creaciones Imperio	Alquiler de Traje	Norte
La casa del disfraz	Alquiler de Traje	Centro
Dígala	Alquiler de Traje	Norte

Fuente. Propia

Elaborado por. López José

Análisis de Competidores: Creaciones Imperio quien es el competidor directo tiene ya un posicionamiento en el mercado abriendo nuevas sucursales lo que genera costos y gastos, para ello los costos de alquiler son más altos para adentrarse en el mercado, lo que diferencia es el costo menor y así posicionarse en el mercado en corto tiempo.

Tabla 5 Competidores Potenciales

Precio Alquiler de traje Smoking			
Creaciones Imperio	Diferencia	Precio	Porcentaje
Alquiler Traje Smoking	65		
Raboni Fotostudio	20 Dólares		30.77%
Alquiler Traje Smoking	45		

Fuente. Propia

Elaborado por. López José



2.03. Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Para lograr adentrarse en el mercado las redes sociales serán los mejores aliados realizando una campaña de promoción y publicidad con las mejores fotografías las cuales causarán un impacto visual y llamarán la atención de los clientes, por que verán en ella el reflejo de sus familiares trayendo con ello recuerdos y así enganchando al cliente.

2.03.01.01. Misión

Raboni Fotostudio es una micro empresa dedicada al alquiler de trajes de época contemporánea y retrato de fotografía, buscando que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

2.03.01.02. Visión

Ser una microempresa pionera en brindar un servicio diferente en la ciudad de Quito, y abrir una nueva sucursal; proyectados en mejorar la economía del país con este

Emprendimiento; generando fuentes de trabajo disminuyendo las tasa de desempleo en el país.



2.03.01.03.01 Objetivo General

Elaborar diseños exclusivos de trajes incentivando el consumo de la producción nacional y así generar rentabilidad que permita obtener sostenibilidad en el tiempo y poder contribuir con el crecimiento del país.

2.03.01.03.01 Objetivo Específico

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la factibilidad del proyecto a través del conocimiento de los gustos y preferencias analizando así la oferta y la demanda de los clientes.

2.03.01.04. Principios y Valores

- Trabajo en Equipo: Buscar un objetivo en común es primordial para estar alineados hacia un mismo fin, es necesario tener un clima laboral adecuado, además de un servicio eficiente y eficaz.
- Servicio de Calidad: Un cliente insatisfecho con mucha seguridad no regrese, y como un antecedente negativo, será una referencia negativa para la reputación del negocio, por ende será primordial enfatizar en la atención personalizada brindando cordialidad y respeto.
- Honestidad: Se dará la confianza tanto financiera así como el manejo de información privilegiada sobre la cartera de clientes, la confianza será el pilar fundamental en todas las jerarquías.



2.03.01.04. Manual de Políticas

Políticas del Personal

- El horario de labor será de martes a jueves en un horario de 09:00 am a 17:00, los días viernes y sábado se laborará en un horario de 09:00 hasta las 23:00, el valor de horas extras será cancelado según lo establece la ley.
- El personal deberá estar uniformado según la ambientación del establecimiento.
- Bajo ningún motivo se puede laborar en estado etílico o bajo ninguna sustancia que altere el comportamiento normal del empleado o empleador.

Políticas de Tecnología

- El personal no deberá tomar fotografías con su celular, puesto que como servicio adicional se brinda impresión de fotografía.
- El uso de las impresoras será únicamente para uso de trabajo.

Políticas de Transporte

- Se reconocerá el valor de \$5.00 Dólares para la movilización los días viernes y sábados por la extensión de los horarios de trabajo.

2.03.01.05. Estructura Organizacional

Se define como estructura de una organización a la visualización detallada mediante gráficos de la estructura de la micro empresa.

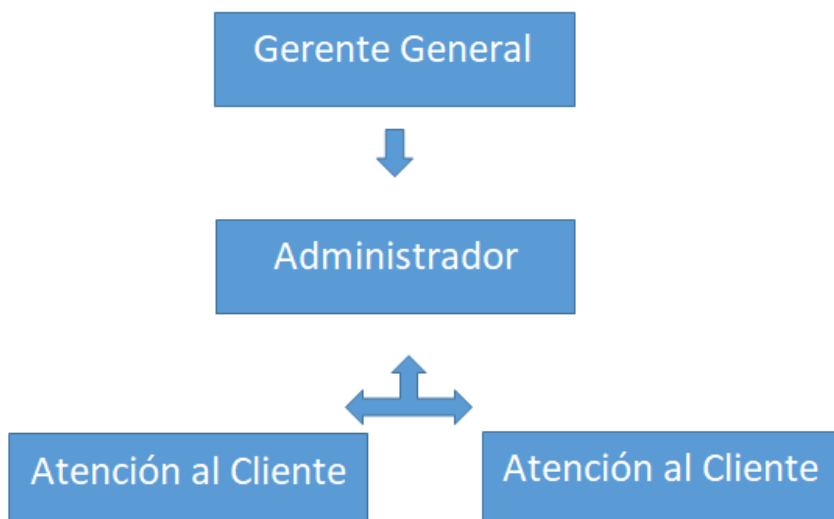


Figura 9 Estructura Organizacional

Fuente. Propia

Elaborado por. López José

Tabla 6 Cargos Administrativos

Cargos Administrativos			
Cargo	N. Puestos	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Gerente General	1	700.00 \$	8.400 \$
Administrador	1	500.00 \$	6.000 \$
Atención Cliente	2	450.00 \$	5.400 \$

Fuente. Propia

Elaborado por. López José



2.03.01.06. Manual de Funciones y Perfil de Cargo

Tabla 7 Manual de Funciones y Perfil de Cargo

Cargo	Gerente General
Actividades	encargado de velar que las políticas se cumplan
Requisitos	Responsable
Perfil	Graduado en Administración de Empresas o afines
Experiencia	Dos años en posiciones similares
Cargo	Administrador
Actividades	Encargado de verificar la asistencia del personal, cumplimiento de objetivos de ventas.
Requisitos	Responsable- Trabajo en equipo - Ordenado
Perfil	Graduado en Administración de Empresas o afines
Experiencia	Dos años en posiciones similares
Cargo	Atención al Cliente
Actividades	Encargados de promocionar e impulsar el ingreso de clientes al establecimiento.
Requisitos	Responsable- Trabajo en equipo - Ordenado-Fluidez Verbal
Perfil	Bachiller
Experiencia	Dos años en posiciones similares

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

2.03.01.07. Proceso de Selección de Personal

Para la selección del personal descrito anteriormente se tomara en cuenta:

- Descripción del Puesto
- Perfil
- Reclutamiento



- Evaluación
- Referencias Personales
- Antecedentes Penales
- Inducción
- Capacitación

2.03.02 Gestión Comercial

Dar a conocer el servicio es muy importante pues como se lo realice tendrá repercusión al momento de analizar si tiene aceptación o no en las personas así como al momento de generar réditos económicos.

- Se difundirá el servicio en las diferentes redes sociales, para lo cual se tendrá página web personalizada.
- Se realizará el diseño de un catálogo virtual
- Establecer indicadores de satisfacción, para controlar la atención en el local, mediante un buzón de sugerencias.
- Se adecuará en el local dos juegos tradicionales como el fútbolín y tiro al blanco para que las personas que están fotografiándose puedan hacerlo con calma mientras que sus acompañantes se diviertan

2.03.02.01 Nombre Comercial

El nombre comercial que se ha designado a la microempresa es Trajes BasLOVito.



2.03.02.02 Slogan

El slogan para este emprendimiento es un vistazo al pasado.

2.03.02.03 Logotipo



Figura 10 Logotipo

Fuente. Propia

Elaborado por. López José

2.03.02.03.01 Estudio de colores

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa (Gilli Gustavo, 2008).

Para el diseño del logotipo se escogieron colores sobrios como el negro el cual visualiza elegancia manteniendo también una armonía visual con lo antiguo de la casa contemporánea de la Ronda, además del color verde aceituna el cual representa frescura.



CAPÍTULO III:

3. Estudio de Mercado

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores (Kotler Philip, 1992).

3.01. Análisis del Consumidor

Perfil del consumidor:

- Estatus económico: El servicio abarca a un estatus bajo, medio, y alto
- Ingresos: El costo del servicio afile para las personas que acudan.
- Edad: Como se cuenta con un stock muy amplio en tallas las edades no son un limitante.
- Nivel Educativo: No es indispensable tener un nivel de formación.
- Estado civil, Religión, Etnia: Cualquier persona sea cual sea su estado civil no tendrá limitantes, personas alienadas a una tendencia religiosa que ponga barreras culturales serán un freno al momento de brindar el servicio.



3.01.01. Determinación de la población y muestra

La implementación de esta micro empresa se desarrollara en el sector centro de la Ciudad de Quito, en el barrio la "Ronda".

3.01.01. Población

La cantidad de habitantes en el Distrito Metropolitano de Quito en base a información difundida por Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos es de aproximadamente 2,500.000 habitantes; 1,950.000 en el área urbana y 550.000 en el área rural; 48.7% son varones y 51.3% son mujeres (INEC, Inec Estructura Poblacion., 2010).

Impacto Externo



Figura 11 Impacto Análisis Externo
Fuente. Propia
Elaborado por. López José

En el Centro Histórico de la Ciudad cuenta con 40.587 habitantes, "la proyección de población" al 2010 según referencia de datos del INEC, registra una preocupante disminución poblacional con un decrecimiento del 2.5% (Distrito Metropolitano de Quito, 2014).

3.01.02. Muestra

La muestra no permite optimizar ser más eficientes en tiempo y recursos en base a un subconjunto que represente a un sector específico.



3.01.02.01 Fórmula para Calcular la muestra

En la referencia estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población estadística. (Martínez Bencardino Ciro, 2012)

Fórmula

$$M = \frac{N \cdot PQ}{(N-1) \left[\frac{E^2}{K^2} + PQ \right]}$$

Representación:

M = Muestra

N = Población o Universo. Se considerara la población de 139.245 habitantes.

PQ = Varianza poblacional, es una constante igual a 0.25

(N-1) = Corrección que se usa para la población

E = Error máximo para los rangos. Es el límite aceptable de error de las muestras

3.01.02. Técnicas de Obtención de Información

3.01.02.01 Encuesta

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla (Robert Johnson & Patricia Kuby, 2005).

Para el proyecto se aprovechará el estudio de mercado para realizar la encuesta, pues ayudara a obtener información confiable, la formulación de las preguntas son de tipo cerradas las encuestas fueron realizadas a los habitantes del Centro Histórico de Quito (Plaza Grande) y se obtuvieron los siguientes resultados:



1) EDAD

¿Qué edad Tiene?

Tabla 8 Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-24	119.00	31.15
25-34	85.00	22.25
35-44	59.00	15.45
45-54	39.00	10.21
Más de 55	80.00	20.94
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Edades Personas Encuestadas

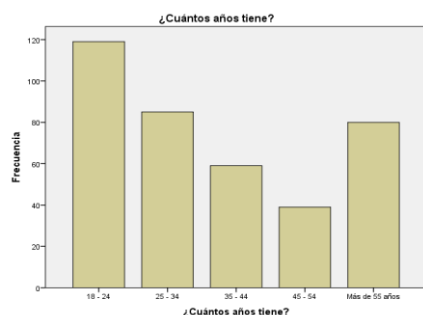


Figura 12 Edades

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José

Análisis:

De los 382 personas encuestadas el 31,2% corresponde a las edades de 18 a 24 años, el 22,3% representa a las edades de 25 a 34 años, el 20,9 % corresponde a personas con edad mayor a 55 años, el 15,4% representa a las edades de 35 a 44 años y finalmente el 10,2 corresponde a personas con las edad de 45 a 54 años.



2) GÉNERO

¿Género?

Tabla 9 Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	243.00	63.61
Femenino	139.00	36.39
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

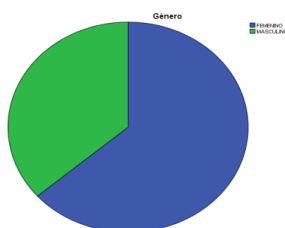


Figura 13 Género

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José

Análisis:

De los 382 encuestados el 63,6 % corresponde al género femenino y el resto que representa el 36 ,4 % es el género masculino.



3) Preferencia

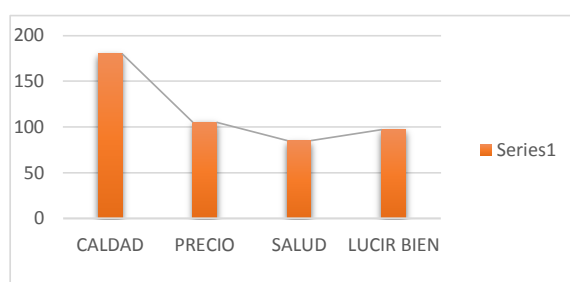
¿Al momento de alquilar un traje que es lo que tomaría en cuenta?

Tabla 10 Preferencia

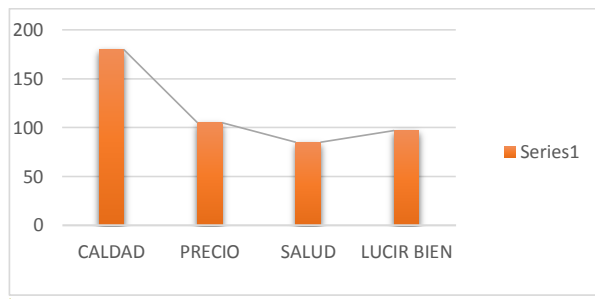
Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	180	47.12
Precio	105	27.49
Lucir Bien	97	25.39
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis



Con formato: Fuente: 12 pto



Con formato: Fuente: 12 pto

Figura 14 .Motivo de Compra
Fuente. Investigación de campo
Elaborado por. López José

Análisis:

Al momento de aplicar las encuestas a la muestra poblacional del Centro Histórico de Quito se detectó lo siguiente donde 180 personas tomarían en cuenta para alquilar un traje su calidad, 105 personas su precio, 85 personas lo comprarían por salud y 97 personas para lucir bien.



4) Lugar favorito para fotografiarse

¿En qué lugar o lugares le gustaría poder alquilar un traje o fotografiarse?

Tabla 11

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Centro	131	34.29
Centro Comercial	79	20.68
Ferias	127	33.25
Internet	20	5.24
Otros	25	6.54
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Análisis:

Las personas encuestadas, prefieren el servicio en el Centro de la Ciudad y Ferias Artesanales, representando el 34,29% y el 33,24% respectivamente, de la población encuestada, sin embargo el 20,41% prefiere comprar en Centros comerciales, el 5,23% eligió la opción por internet y el 1,30% prefiere comprar por otros medios



5) Presupuesto de pago por traje

¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un traje?

Tabla 12

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$10	146	38.22
DE 11-20	109	28.53
De 21-25	27	7.07
De 26-30	21	5.50
No saben	79	20.68
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Análisis:

El mayor porcentaje de la muestra poblacional encuestada, representado por el 38,2%, está dispuesto a pagar por alquilar un traje de \$25 a \$35, el 28,5% de las personas, pagarían menos de \$25, el 7,1% de la población pagaría de \$36 a \$45 y el 5,5% de la población estaría dispuesta a pagar, más de \$45.



6) Tiempo destinado para sesión de fotos

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto para una sesión de fotos?

Tabla 13

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
De 5 -10 Min.	201	52.62
De 11-20 Min.	115	30.10
De 21-25 Min.	45	11.78
De 26-30 Min.	21	5.50
Total	382.00	100.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

3.01. Oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado.

La cantidad de bienes y servicios al cual la micro empresa puede ofertar al mercado depende de la aceptación que tenga para la cual se implementaran estrategias de posicionamiento y diseños diferentes, existen algunas limitaciones las que influyen directamente al giro del negocio, como es el clima y manifestaciones ya



que al estar ubicados en el Centro Histórico de Quito los locales que laboran en el sector se ven afectados por manifestaciones políticas, por tal motivo si nuestra oferta es elevada y estos factores influyen en la misma ocasionará que las proyecciones de ventas se vean afectadas (Nicholas Gregory, 2008).

Tipos de Oferta

Oferta competitiva: Es aquella en donde existe una libre competencia, no existe un dominador total del mercado, Raboni Fotostudio como filosofía empresarial siempre buscara la competencia leal, siempre destacándonos de los demás negocios por nuestra atención y calidad en el servicio.

Oferta oligopólica: En este tipo de oferta el mercado está controlado por un segmento de productores o quien presta un servicio los cuales determinan la oferta así como los precios; al prestar un servicio que no existe en otro lugar en Quito se puede aplicar este tipo de oferta.

Oferta histórica: Al ser un servicio nuevo en el mercado no aplica este tipo de oferta (Bourdieu Pierre, 1999)

3.02. Demanda

La demanda se define como la total cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor.



El cliente tiene la asequibilidad de adquirir no solo un tipo de servicio al tener un portafolio amplio de diseños; satisfaciendo así la necesidad de compra (Bourdieu Pierre, 1999).

Tipos de demanda:

Demanda negativa: Es cuando el producto o el servicio no es agradable o no satisface la necesidad del cliente. (Peck, J., 2005)

Cero demanda: Es aquella demandan en la cual el consumidor es indiferente ante el servicio prestado o el bien adquirido para ello es necesario realizar una mercadotecnia⁹, para que el servicio se adapte a la necesidades del cliente.

Demanda declive: Es cuando hay un baja en la demanda del servicio, el encargado de marketing tiene que analizar los motivos y las consecuencias que ocasionó este tipo de demanda y ver posibles mercados futuros (Hughes Alex, 2005).

Análisis: El servicio puede ser llamativo para un segmento de la población pero para otro lo puede ver como un gasto innecesario, lo cual puede incurrir en que la demanda decaiga de manera brusca para lo cual es necesario tener planes de contingencia en épocas que la demanda sea poca.

Demanda Irregular: Es variable dependiendo de las fechas para lo cual es necesario implantar promociones y precios más flexibles.

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



Análisis: En épocas en que el invierno es inclemente las personas en su gran mayoría no salen a lugares turísticos y aún más cuando no disponen de un medio de transporte propio "La Ronda".

Demanda Plena: Es aquella cuando las empresas están conformes con el volumen de las ventas, el departamento de marketing debe mantenerlas así.

Análisis: El objetivo no es buscar un confort en ventas caso contrario la competencia nos puede absorber se debe innovar en ideas, métodos de mejora para estar siempre un paso delante de la competencia.

3.02.01. Demanda Histórica

Cuando existiere un dato estadístico que nos muestre información histórica de la demanda, pero cuando no pues se va a implementar una empresa la investigación de campo, los datos que las encuestas realizadas servirán como base para calcular la demanda actual y la demanda futura (MaríaMerinoJulián Pérez Porto, 2011).

3.02.02. Demanda Actual

Como referencia se tomará la información obtenida por las encuestas realizadas a la muestra, empleando la población y la tasa de crecimiento.



Tabla 14 Datos Calcular demanda actual

Población	40,587.00
Encuestas	399.00
Porcentaje de Aceptación	0.78
Porcentaje de Frecuencia	0.46

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Tabla 15 Resultado de la encuesta

Resultado de la encuesta			
Aceptación			
Población	Porcentaje de Aceptación	Aceptación Personas	
40,587.00	x	0.78	31,657.86
Frecuencia			
Aceptación	* Porcentaje de Frecuencia * Tiempo		Frecuencia de Compra
	31657.86 x 0.46 x12		174,751.39
Precio Promedio			
Rango de Precios/2		.= Precio Promedio	

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Tabla 16 Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Años	Demanda Actual	Tasa Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2015	174,751.39	1.022	174,752.39
2016	174,752.39	1.022	178,596.94
2017	178,596.94	1.022	182,526.07

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



2018	182,526.07	1.022	186,541.65
2019	186,541.65	1.022	190,645.56
2020	190,645.56	1.022	194,839.76

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Tabla 17 Balance Oferta – Demanda

BALANCE OFERTA- DEMANDA			
Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Oferta Insatisfecha
2016	178,596.94	174,752.39	3,844.55
2017	182,526.07	178,596.94	3,929.13
2018	186,541.65	182,526.07	4,015.57
2019	190,645.56	186,541.65	4,103.92
2020	194,839.76	190,645.56	4,194.20

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis



CAPÍTULO IV

4.01. Tamaño del Proyecto

En base al tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de dar el servicio ya sea esta diaria, semana, mensual o anual, con la finalidad de obtener un indicador de recuperación de la inversión.

Tabla 18 Tamaño del Proyecto

Tamaño del Proyecto					
Infraestructura		Tecnología		Recurso Humano	Total Inversión
Vestidos	5,000.00	Cámara	400.00	Administrador	500.00
Fútbol	800.00	Computadora	500.00	Atención Cliente	450.00
Tiro al Blanco	200.00	TV LCD	450.00		
Chimenea	150.00	Impresora	250.00		
	6,150.00		1,600.00	950.00	8,700.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

Objetivos del Estudio Técnico

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



- Establecer la localización y el tamaño óptimo del proyecto contemplando aspectos de macro localización y micro localización.
- Determinar los activos que se dispone para iniciar el proyecto.

Personal

Para dar inicio a las actividades es transcendental contar con un personal apropiado acorde al perfil necesitado.

Tabla 19 Personal

Personal				
Puesto	N.	Departamento	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Gerente	1	Financiero	700.00	8,400.00
General				
Administrador	1	Contabilidad	500.00	6,000.00
Vendedor	2	Ventas	450.00	5,400.00
Total	4		1,650.00	19,800.00

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

4.01.01. Capacidad Instalada

La instalación del local está acorde al servicio que se va a prestar el ambiente los exteriores son los adecuados para el proyecto la capacidad instalada del lugar es de 80m².

4.01.02. Capacidad Óptima



Para tomar en consideración la capacidad óptima hay que considerar el espacio físico de la capacidad instalada pues en el lugar van a ir otros accesorios siendo así la capacidad óptima de 76m².

Tabla 20 Capacidad Óptima

Capacidad Óptima	
Áreas	Metros Cuadrados
Administrativa	36m ²
Gerencia General	
Administración	
Talento Humano	
Atención al Cliente	40 m ²
Total Capacidad Óptima	76 m ²

Fuente: Investigación

Elaborado: López José Luis

4.02. Localización

La localización es el lugar el sitio donde se va a gestar el proyecto, estas son calle Morales N 62 y Guayaquil.

4.02.01 Macro-localización

La micro empresa Raboni Fotostudio, se encontrará ubicada en el país de Ecuador, parroquia San Blas, se sitúa en el centro de la Provincia de Pichincha en el centro del D.M.Q, según el censo del 2016 el centro histórico cuenta con 40.587 habitantes asentadas en el área urbana, es decir una zona habitable y comercialmente activa.



Tabla 21 Macro Localización

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Distrito Metropolitano de Quito
Parroquia	San Blas
Población	40.570

Fuente: Biblioteca del Banco Central del Ecuador,

Elaborado: López José Luis



Figura 15 .Macro localización

Fuente. Municipio de Quito

Elaborado por. López José

4.02.02 Micro-localización

La micro empresa Raboni Fotostudio, estará ubicada en el Barrio la Ronda,

Av. Guayaquil y Morales diagonal a la Iglesia de Santo Domingo.

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , 2017.



4.02.03 Localización Óptima

El proyecto de implementación de una micro empresa dedicada al alquiler de trajes y retrato fotográfico se realizara en un lugar acorde al servicio que se brindara, siendo un local amplio, el cual será ambientado para lograr un entorno antiguo; logrando la satisfacción de los clientes.

La localización es óptima puesto que a más de ser un lugar altamente turístico cuenta con seguridades tanto policiales como municipales así como accesibilidad para parqueaderos los visitantes tienen la posibilidad de llegar a la Ronda mediante tres medios de movilización el Trole Bus, El eco vía y medio de transporte propio, el costo del arriendo no es una amenaza pues existe un convenio con el Municipio de Quito lo cual es beneficioso para el negocio;

Tabla 22 Localización Óptima

Descripción	Alto	Medio	Bajo
Arriendo	A		
Seguridad	F		
Movilidad		O	

Fuente: Biblioteca del Banco Central del Ecuador,

Elaborado: López José Luis



Figura 16 .Ubicación Local

Fuente. Google Map

Elaborado por. López José

4.03. Ingeniería del Servicio

4.03.01. Definición del Servicio

Raboni Fotostudio es un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada al alquiler de trajes de época contemporánea y retrato de fotografía.

4.03.02. Precio

Los precios de los trajes que se manejan en “Raboni Fotostudio”, se los establece de acuerdo al diseño creado, ya que son diseños diferenciados a los de la competencia, y a su vez también de acuerdo a los requerimientos que el cliente pide.

4.03.03. Promoción

Con la finalidad de dar a conocer el servicio en el mercado, mediante brouchures se indicaran a los turistas y con un catálogo fotográfico a color.



4.03.04. Plaza

La plaza está situada en la Provincia de Pichincha, en la parroquia de San Blas del barrio la Ronda en un local adaptado a la época contemporánea.

4.03.05. Publicidad

La publicidad esta direccionada mediante trípticos, volantes, vales de descuento del a grupos de más de 5 personas, así como la publicación de las fotografías en redes sociales.



Figura 17 Publicidad

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José



Figura 18 .Brochure

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José

4.03.06. Distribución del local

Para la adecuación del local se contemplará todo el espacio buscando la funcionalidad y optimización de espacios buscando que el interior sea acogedor y cómodo.



Figura 19 .Distribución de áreas del local

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José

Área Administrativa: 16m²

-Caja

-Contabilidad



Figura 20 .Área Administrativa

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por. López José



Estudio Fotográfico: 20m2



Figura 21 .Estudio Fotográfico
Fuente. Investigación de campo
Elaborado por. López José

4.03.07. Inmobiliario

Para un apropiado funcionamiento del micro proyecto Raboni Fotostudio es indispensable la adquisición de muebles y enseres; los cuales ayudaran a dar un servicio rápido y eficiente, buscando así también la comodidad para los colaboradores.

Tabla 23 Muebles y Enseres Costos

Muebles y Enseres				
Departamento	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja	Escritorio	1.00	75.00	75.00
Caja	Silla Estática	1.00	24.00	24.00
Caja	Modular	1.00	115.00	115.00
	Separador			
Ventas	Silla de espera	1.00	16.00	16.00
Total		4.00		230.00

Fuente: Modular Rosita.

Elaborado: López José Luis



4.03.07. Equipos

La tecnología es indispensable para brindar el servicio su correcta utilización garantizará que se dé un servicio fiable.

Tabla 24 Equipos de Oficina

Equipos de Oficina				
Departamento	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja	Cámara	1.00	400	400.00
Caja	Computadora	1.00	500	500.00
Caja	TV LCD	1.00	450	450.00
Caja	Impresora	1.00	250	250.00
Total		4.00		1,600.00

Fuente: Tecno mega

Elaborado: López José Luis



CAPÍTULO V

5.01. Estudio Financiero

Es precisar la cantidad de recursos económicos, los cuales son primordiales analizarlos para el proyecto.

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo (BODIE Zvi y Robert C. Merton, 2003).

5.02. Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa (Federico Anzil, 2012).

Para poder llevar a cabo el cálculo de los ingresos operacionales, es primordial conocer los 3 costos que se requieren para el cálculo.

- MOD (Mano de Obra Directa)
- MPD (Materia Prima Directa)
- CIF (Costos Indirectos de Fabricación)



MOD (Mano de Obra Directa)

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa (MaríaMerinoJulián Pérez Porto, 2011).

En la actualidad existen una variedad de procesos de confección de trajes con la tecnificación, pero es necesario precisar para elaborar un diseño depende del corte y acabado para hacer la diferencia del diseñador, el proceso manual no solo satisfacer la necesidad del cliente realizando un traje a la medida y cómodo.

Tabla 25 Tiempos de Producción

Proceso	Minutos	Unidades	Tiempo por Unidad
Pedido y Recepción Materia Prima	30	1	30
Lavado y Planchado de Tela	25	1	25
Toma de Medidas	25	1	25
Corte de Tela	35	1	35
Cosido de Tela	40	1	40
Puesta de Elásticos	30	1	30
Cosido de Escote	25	1	25
Doblado	30	1	30
Total de Tiempo Minutos	240	1	240
Total de Tiempo Horas	4		

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis



Tabla 26 Producción Anual

Minutos por día	Tiempo	Producción	Producción	Producción
	Unidad	Diaria	Mensual	Anual
240	240	1	20	240
Total			20	240

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis

MPD (Materia Prima Directa)

Todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto.

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final (Aguirre Ormaechea, 2009).

Tabla 27 Materia Prima Directa

COSTOS DIRECTOS POR TRAJE							
MATERIA PRIMA DIRECTA							
Descripción	Medida	Cantidad	Producción	Cantidad	Costo	Costo	Costo
			Mensual	Mensual	Metro/ Unid	Mensual	Anual
Tela	Metros	80.00	20.00	80.00	3.25	65.00	780.00
Hilo	Metros	5	20.00	5.00	0.85	17.00	204.00
Agujas	Unidad	40	20.00	40.00	0.25	5.00	60.00
Elástico	Metros	40	20.00	40.00	0.85	17.00	204.00
Pliegues	Metros	20	20.00	20.00	0.75	15.00	180.00
Total						119.00	1,428.00

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis



Tabla 28 Mano de Obra Directa

Concepto	Trabajador
Sueldo Mensual	400.00
Décimo Tercero	33.33
Décimo Cuarto	31.25
Vacaciones	16.67
Fondos Reserva	33.32
Aporte Patronal	48.60
Total Mensual	563.17
Total Anual	6,758.04

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis

CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa (Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa, 2009).

Tabla 29 Servicios Básicos

Tipo	Costo	Costo
Gasto	Mensual	Anual
Agua	8.00	96.00
Luz	10.00	120.00
Teléfono	14.00	168.00
Internet	25.00	300.00
Total	57.00	684.00

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis



Tabla 30 Costos Indirectos Fabricación

Concepto	Costo	Costo	Cantidad	Costo
	Mensual	Anual		Unitario
Servicios Básicos	57.00	684	240	2.85
Materiales Impresión	8.50	102	240	0.425
Total	65.50	786.00		3.28

Elaborado: López José Luis

Fuente:Gachi Bambini

Costura

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis

Tabla 31 Costos Unitario de Producción

Costo Unitario de Producción			
Concepto	Costo	Cantidad	CUP
	Mensual		
MOD(Mano de Obra Directa)	119.00	20.00	5.95
MPD(Materia Prima Directa)	563.17	20.00	28.16
CIF(Costos Indirectos Fabricación)	57.00	20.00	2.85
Total	739.17	20.00	36.96

Fuente: Gachi Bambini Costura

Elaborado: López José Luis

Cálculo de Ingresos Operacionales

Una vez ya identificados los tres principales costos, se realiza el cálculo de los ingresos operacionales tomando como referencia una utilidad del 60%.

Tabla 32 Ingresos Operacionales

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



Concepto	Valor
Costo Producción Unitario	36.96
Utilidad 60 %	22.18
PVP	59.14
Producción Mensual	20.00
Ingresos Mensuales	1,182.72
Ingresos Anuales	14,192.64

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis

En base a la tasa de crecimiento poblacional se proyecta en el tiempo el proyecto por 5 años.

Tabla 33 Ingresos Proyectados

Año base	Ingreso Actual	Tasa Crecimiento	Ingreso Proyectado
2017	14,192.64		14,192.64
2018	14,192.64	1.05	14,902.27
2019	14,902.27	1.05	15,647.39
2020	15,647.39	1.05	16,429.75
2021	16,429.75	1.05	17,251.24
2022	17,251.24	1.05	18,113.80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis



5.03 Ingresos No Operacionales

Este grupo comprende los ingresos provenientes de transacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico (Valdés César A. León, 2017).

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales puesto que tiene una sola actividad económica.

5.04 Costos

Es la suma de los dos elementos directos que intervienen en la elaboración del producto (Aguirre Ormaechea, 2009).

5.04.01 Costos Directos

Son aquellos que se pueden identificar o cuantificar con los productos terminados o áreas específicas (Aguirre Ormaechea, 2009).

Tabla 34 Costos Directos

MOD(Mano de Obra Directa)	6,758.04
MPD(Materia Prima Directa)	1,428.00
Total	8,186.04

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis



5.04.02 Costos Indirectos

Es aquel coste que afecta al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación (Satish Ahuja. Jay Sharma, 2017).

Tabla 35 Costos Indirectos

Agua	96.00
Luz	120.00
Teléfono	168.00
Internet	300.00
Total	684.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis

5.04.03 Gastos

En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno (MaríaMerinoJulián Pérez Porto, 2011).

5.04.04 Gastos Administrativos

Tabla N.36: Gastos Personal Administrativo

RABONI FOTOSTUDIO						
Concepto	Remuneración mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	376,00	\$ 31,33	\$ 31,33	\$ 15,67	\$ 454,33	\$ 5.452,00
vendedora	376,00	\$ 31,33	\$ 31,33	\$ 15,67	\$ 454,33	\$ 5.452,00
TOTAL	\$ 752,00	\$ 62,67	\$ 62,67	\$ 31,33	\$ 908,67	\$ 10.904,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis



Tabla 36 Material de Aseo y Limpieza

Descripción	Cant	Costo	Costo
	Anual	Uni.	Anual
Escoba	2.00	2.00	4.00
Trapeador	2.00	1.75	3.50
Recogedor	1.00	2.50	2.50
Desinfectante	5.00	1.90	9.50
Total		8.15	19.50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis

Tabla 37 Gastos Suministros Oficina

Rastrilladora	50.00	20.00	2.50	30.00
Papel	100.00	20.00	5.00	60.00
Fotográfico				
Sobres A4	20.00	20.00	1.00	12.00
Total	170.00		8.50	102.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: López José Luis

5.04.04 Gastos de Ventas

Incluye un número de elementos de coste tales como salario, comisiones y gastos de personal en ventas. A menudo se asocian estos costes con diferentes fuerzas de ventas por regiones, clases de clientes o grupos de productos (Ronald MCopeland, 1979).



Tabla 38 Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Trípticos	100.00	0.25	25.00	300.00
Volantes	100.00	0.09	9.00	108.00
Álbum	2.00	18.00	36.00	432.00
Fotos				
Total Gasto de Venta			70.00	840.00

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis

5.04.04 .01 Proyección de Costos y Gastos

La proyección se la realiza a 5 años que es la duración del presente proyecto.

Tabla 39 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos Proyectados							
Concepto	INF 2016 - 4,14%	AÑO BASE 2016	2017	2018	2019	2020	2021
REMUNERACIONES							
Administrador	376,00	\$ 4.512,00	\$ 4.698,80	\$ 4.893,33	\$ 5.095,91	\$ 5.306,88	\$ 5.526,59
vendedora	376,00	\$ 4.512,00	\$ 4.698,80	\$ 4.893,33	\$ 5.095,91	\$ 5.306,88	\$ 5.526,59
Total Remuneraciones	752,00	\$ 9.024,00	\$ 9.397,59	\$ 9.786,65	\$ 10.191,82	\$ 10.613,76	\$ 11.053,17
OTROS GASTOS							
Material de aseo y limpieza	\$ 20,75	\$ 68,00	\$ 70,82	\$ 73,75	\$ 76,80	\$ 79,98	\$ 83,29
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 624,84	\$ 650,71	\$ 677,65	\$ 705,70	\$ 734,92
Servicios Básicos	\$ 170,40	\$ 170,40	\$ 177,45	\$ 184,80	\$ 192,45	\$ 200,42	\$ 208,72
Total otros gastos	\$ 241,15	\$ 838,40	\$ 873,11	\$ 909,26	\$ 946,90	\$ 986,10	\$ 1.026,93
Total gastos administrativos		\$ 9.862,40	\$ 10.270,70	\$ 10.695,91	\$ 11.138,72	\$ 11.599,86	\$ 12.080,10

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , 2017.



Tabla 40 Gastos de Ventas

Proyección Gastos de venta							
CONCEPTO	INF	Año	2017	2018	2019	2020	2021
	2017 -	Base					
	1,10%						
Material POP	1,10%	\$ 600,00	\$ 606,60	\$ 613,27	\$ 620,02	\$ 626,84	\$ 633,73
Publicidad	1,10%	\$ 200,00	\$ 202,20	\$ 204,42	\$ 206,67	\$ 208,95	\$ 211,24
Total gasto de ventas		\$ 800,00	\$ 808,80	\$ 817,70	\$ 826,69	\$ 835,79	\$ 844,98

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis

5.04.04 .02 Costos Financieros

Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento (Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa, 2009).

5.04.04 .03 Costos Fijos

Son aquellos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de las operaciones realizadas (Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa, 2009).



5.04.04 .04 Costos Variables

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de operaciones realizadas (Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa, 2009).

5.05 Inversiones

Es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía (PierreMassé, 1963).

5.05.01 Inversiones Fijas

Los instrumentos de inversión de renta fija son emisiones de deuda que realizan los estados y las empresas dirigidos a un amplio mercado (San Millán Martín, 2014).

5.05.01.01 Activos Fijos

Bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan en la empresa durante más de un año, que no se han adquirido con fines de venta; como maquinarias y bienes inmuebles (Ortega ParedesJoséGabriel, 2012).



5.05.01.02 Activos Diferidos

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros (Ortega Paredes José Gabriel, 2012).

5.05.02 Capital de Trabajo

Capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo (María Merino Julián Pérez Porto, 2011).

Tabla 41 Capital de Trabajo

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria	2465,00		9425,00
Equipo de Computación	1115,00		1115,00
Muebles y enseres	969,00		969,00
Equipo de oficina	150,00	0,00	150,00
Total de Activos Fijos	4.699,00	0,00	11.659,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	1.800,00	1.800,00	0,00
Total de Activos Diferidos	1.800,00	1.800,00	0,00
Capital de trabajo			
Costo Operacionales	600,00	600,00	
Arriendos	250,00	250,00	
Gastos Administrativos	9.024,00	9.024,00	
Total capital de trabajo	9.874,00	9874,00	0,00
TOTAL DE INVERSIÓN	16.373,00	11.674,00	11.659,00
PARTICIPACIÓN	100%	64%	36%

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis



5.05.03 Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Se solicita financiamiento para poder comenzar una actividad económica o para poder cubrir necesidades para el giro del negocio.

5.05.04 Amortización de financiamiento

Proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes (Alfredo DíazMata, 1998).

Tabla 42 Amortización de financiamiento

DATOS			
Inversión	100%	16.373,00	
Cap. Propio	64%	9.874,00	
Financiamiento	36%	4.699,00	
Plazo		24	Meses
Interés		14,06%	0,59%
Pagos Mensual			

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis



Tabla 43 Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	0,00	0,00	0,00	0,00	4.699,00
1	4.699,00	27,53	640,98	613,45	4.085,55
2	4.085,55	23,93	640,98	617,05	3.468,50
3	3.468,50	20,32	640,98	620,66	2.847,84
4	2.847,84	16,68	640,98	624,30	2.223,55
5	2.223,55	13,03	640,98	627,95	1.595,59
6	1.595,59	9,35	640,98	631,63	963,96
7	963,96	5,65	640,98	635,33	328,63
8	328,63	1,93	640,98	639,05	-310,43
9	-310,43	-1,82	640,98	642,80	-953,23
10	-953,23	-5,58	640,98	646,56	-1.599,79
11	-1.599,79	-9,37	640,98	650,35	-2.250,14
12	-2.250,14	-13,18	640,98	654,16	-2.904,30
13	-2.904,30	-17,01	640,98	657,99	-3.562,30
14	-3.562,30	-20,87	640,98	661,85	-4.224,15
15	-4.224,15	-24,75	640,98	665,73	-4.889,87
16	-4.889,87	-28,65	640,98	669,63	-5.559,50
17	-5.559,50	-32,57	640,98	673,55	-6.233,05
18	-6.233,05	-36,52	640,98	677,50	-6.910,55
19	-6.910,55	-40,48	640,98	681,46	-7.592,01
20	-7.592,01	-44,48	640,98	685,46	-8.277,47
21	-8.277,47	-48,49	640,98	689,47	-8.966,94
22	-8.966,94	-52,53	640,98	693,51	-9.660,45
23	-9.660,45	-56,59	640,98	697,57	-10.358,02
24	-10.358,02	-60,68	640,98	701,66	-11.059,69
TOTAL		-375,17			

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado: López José Luis



5.05.05 Depreciaciones

Es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

(EUGENIOSALVADOR, 1988).

Tabla 44 Amortización Diferida

AMORTIZACION DEL DIFERIDO							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2017	2018	2019	2020	2021
Gastos de Constitución	\$ 1.800,00	5	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado por: López José Luis



Tabla 45 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES								
Descripción	Año 2016	Vida Útil	2017	2018	2019	2020	2021	Depreciación acumulada
Muebles y enseres	\$ 969,00	10	\$ 96,90	\$ 96,90	\$ 96,90	\$ 96,90	\$ 96,90	\$ 484,50
Maquinaria	9425,00	10	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 4.712,50
Equipos de Computación	\$ 1.115,00	3	\$ 371,67	\$ 178,50	\$ 178,50	\$ 178,50	\$ 178,50	\$ 1.085,67
Equipo de oficina	\$ 150,00	10	\$ 15,00	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 942,50	\$ 3.785,00
TOTAL	\$ 11.659,00		\$ 1.426,07	\$ 2.160,40	\$ 2.160,40	\$ 2.160,40	\$ 2.160,40	\$ 10.067,67

Fuente: Imprenta Abuja Segundo

Elaborado por: López José Luis



5.05.06 Estado de Situación Inicial

Tabla 46 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL

ACTIVOS

Activo Corriente **9.874,00**

Bancos 9.874,00

Activo no Corriente **6.499,00**

Maquinaria 2.465,00

Muebles y Enceres 969,00

Equipo de Computación 1.115,00

Equipo de Oficina 150,00

Gasto de Constitución 1.800,00

Total Activos **16.373,00**

PASIVOS

Pasivos no Corrientes **11.659,00**

Préstamo Bancario por pagar 11.659,00

PATRIMONIO **4.714,00**

Capital 4.714,00

TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO **16.373,00**

Firma Gerente

Firma Contador

Elaborado por: López José Luis



5.05.07 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 47 Estado Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DESCRIPCION	Año base	2017	2018	2019	2020	2021
2016						
VENTAS	13056	13.056,00	13.304,06	13.556,84	13.814,42	14.076,90
Costo de Ventas		838,40	838,40	838,40	838,40	838,40
Utilidad Bruta en Ventas		12.217,60	12.465,66	12.718,44	12.976,02	13.238,50
Gastos Administrativos		752,00	783,13	815,55	849,32	884,48
Gastos de Ventas		800,00	833,12	867,61	903,53	940,94
Depreciaciones		1.426,07	1.485,11	1.546,59	1.610,62	1.677,30
Amortizaciones del Diferido		360,00	374,90	390,43	406,59	423,42
Utilidad Bruta		8.879,53	9.364,31	9.488,69	9.612,55	9.735,78
Otros Ingresos			0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Egresos			0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operacional		8.879,53	9.364,31	9.488,69	9.612,55	9.735,78
15 % Participación Laboral		1.331,93	1.404,65	1.423,30	1.441,88	1.460,37
Utilidad Antes de I.R.		7.547,60	7.959,66	8.065,38	8.170,67	8.275,41
22% Impuesto a la Renta			0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta		7.547,60	7.959,66	8.065,38	8.170,67	8.275,41

Elaborado por: López José Luis



5.05.08 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 48 Flujo Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCION	Año base	2017	2018	2019	2020	2021
2016						
VENTAS	13056,00	13.056,00	13.304,06	13.556,84	13.814,42	14.076,90
Costo de Ventas		838,40	838,40	838,40	838,40	838,40
Utilidad Bruta en Ventas		12.217,60	12.465,66	12.718,44	12.976,02	13.238,50
Gastos Administrativos		752,00	783,13	815,55	849,32	884,48
Gastos de Ventas		800,00	833,12	867,61	903,53	940,94
Depreciaciones		1.426,07	1.485,11	1.546,59	1.610,62	1.677,30
Amortizaciones del Diferido		360,00	374,90	390,43	406,59	423,42
Utilidad Bruta		8.879,53	9.364,31	9.488,69	9.612,55	9.735,78
Otros Ingresos			0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Egresos			0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operacional		8.879,53	9.364,31	9.488,69	9.612,55	9.735,78
15 % Participación Laboral		1.331,93	1.404,65	1.423,30	1.441,88	1.460,37
Utilidad Antes de I.R.		7.547,60	7.959,66	8.065,38	8.170,67	8.275,41
22% Impuesto a la Renta			0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta		7.547,60	7.959,66	8.065,38	8.170,67	8.275,41
Depreciaciones		1426,07	2160,40	2160,40	2160,40	2160,40 (+)
Amortización del diferido		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00 (+)
Amortización de la Deuda		7.603,30	8.155,38			(-)
Compra de activo fijo						
Inversión	\$					
		16.373,00				
Capital de trabajo	\$	9.874,00				
Deuda	\$					
		11.659,00				
Depósito de Garantía	\$	200,00				
Valor de desecho						
Flujo de Caja	\$	38.106,00	1.730,37	2.324,68	10.585,78	10.691,07
						10.795,81

Elaborado por: López José Luis



5.06. Evaluación

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo (BacaUrbina, 1999).

5.06.01 La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

TMAR = tasa de inflación + premio al riesgo

El premio al riesgo significa el verdadero crecimiento del dinero, y se le llama así porque el inversionista siempre arriesga su dinero. (tarquinAnthony, 2006).

Tabla 49 TMAR

CALCULO DE LA TMAR	
TASA ACTIVA	8,19%
TASA PASIVA	4,97%
TMAR	13,16%

Elaborado por: López José Luis

5.06.02 Calculo del valor presente Neto (VPN)

Simplemente significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. (tarquinAnthony, 2006).



Tabla 50 Formula

FORMULA DEL VAN											
VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			(1 + i)^1		(1 + i)^2		(1 + i)^3		(1 + i)^4		(1 + i)^5

Elaborado por: López José Luis

Tabla 51 VPN

VAN	
TMAR	0,1316%
INVERSION	-\$ 14.312,00
AÑO 2017	\$ 1.730,37
AÑO 2018	\$ 2.324,68
AÑO 2019	\$ 10.585,78
AÑO 2020	\$ 10.691,07
AÑO 2021	\$ 10.795,81
VAN	\$ 21.815,71

Elaborado por: López José Luis

5.06.03 La tasa interna de rendimiento (TIR)

La ganancia anual que tiene cada inversionista se puede expresar como una tasa de rendimiento o de ganancia anual. (tarquinAnthony, 2006).

Tabla 52 TIR

TIR	
INVERSION	-14312,00
AÑO 2017	1730,37
AÑO 2018	2324,68
AÑO 2019	10585,78
AÑO 2020	10691,07
AÑO 2021	10795,81
TIR	29,63%

Elaborado por: López José Luis



5.06.04 Cálculo Del Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI)

El tiempo que se prevea recuperar el valor invertido se determina ya sea en años meses.

Tabla 53 PRI

CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)				
Años	Flujos de Efectivo	Tasa de Acumulación	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
AÑO BASE	-14312,00	1	\$ (14.312,00)	0,00
AÑO 2017	1730,37	0,878657411	\$ 1.520,40	1520,40
AÑO 2018	2324,68	0,772038847	\$ 1.794,74	3315,14
AÑO 2019	10585,78	0,678357655	\$ 7.180,95	
AÑO 2020	10691,07	0,523718461	\$ 5.599,11	
AÑO 2021	10795,81	0,523718461	\$ 5.653,97	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: López José Luis

5.06.05 Relación Costo Beneficio

Representa para el sector público lo que un estado de pérdidas y ganancias constituye para una compañía de negocios. (tarquinAnthony, 2006).

Tabla 54 Relación Costo Beneficio

Cálculo de la Relación de Costo - Beneficio	
AÑOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
AÑO 2017	1730,37
AÑO 2018	2324,68
AÑO 2019	10585,78
AÑO 2020	10691,07
AÑO 2021	10795,81
TOTAL	36127,71

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: López José Luis

RC/BENEFICIO	Sumatoria flujos actualizado/inversión	3,10
--------------	--	------

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.



5.06.06 Punto de Equilibrio.

Consiste en predeterminar los ingresos que debe obtener una entidad para que no sufra pérdidas ni obtenga ganancias en la explotación de una o más líneas de productos (Contabilidad Intermediaria 2004).

Tabla 55 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
P.E.	=	CF	
		$p - C_{vu}$	
COSTOS FIJOS		VALOR	
Gastos Administrativos		9024,00	
Gastos de Ventas		800,00	
Gastos Financieros		4699,00	
TOTAL COSTOS FIJOS		14523,00	
Costo Variable unitario		18,00	
Precio		20,00	
PE	=	CF	
		$p - C_{vu}$	
PE	=	\$ 14.523,00	
		20,00 - 18,00	
PE	=	14523,00 = 7262 u	
		2,00	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: López José Luis



GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

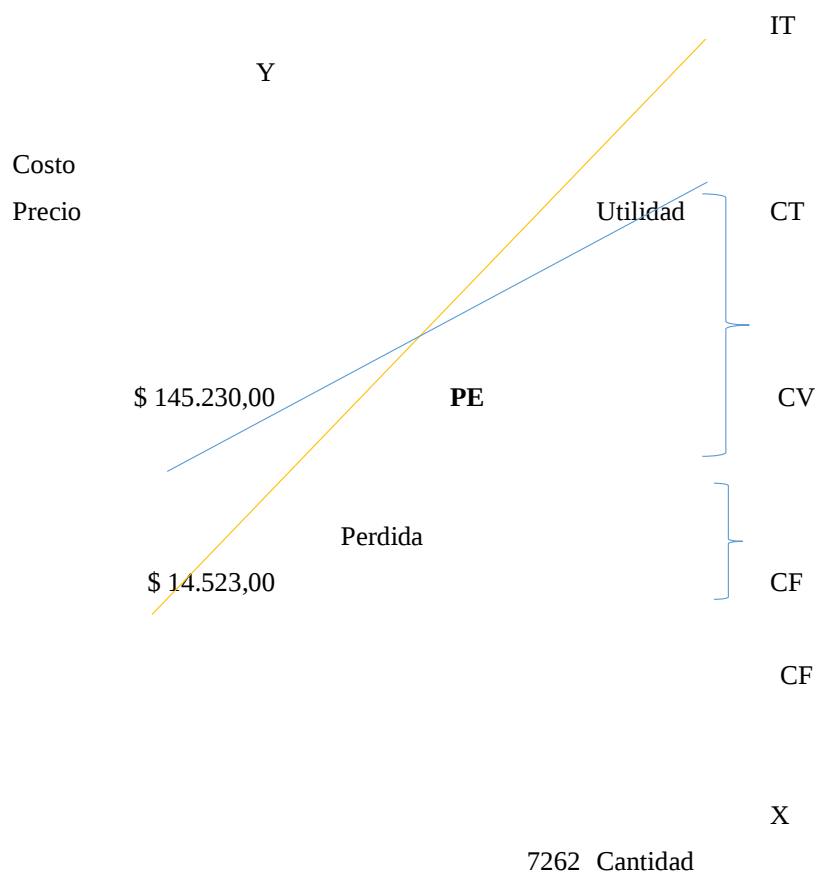


Figura 22 Punto de Equilibrio

Elaborado por: López José Luis



5.06.07 Análisis índices financieros.

Tabla 56 Análisis Índices Financieros

ROE=	Utilidad Neta
	Capital contable
ROE=	9.874,00
	4.714,00
ROE=	2,094611795 * 100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: López José Luis



CAPÍTULO VI

6.01 Impacto Ambiental.

La prestación de un servicio o elaboración de un bien o puede ocasionar un efecto favorable o desfavorable en el medio ambiente; el impacto ambiental al medio natural es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente (Conesa Fernández-Vítora, 2009).

El uso de extintores es indispensable puesto que al tener en almacenamiento materias primas inflamables se debe tener precaución para evitar accidentes.

Todos los desechos como retazos de tela serán desechados según lo dispone La Municipalidad de Quito, a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos (EMGIRS EP), asistiendo a capacitaciones para conocer cómo manejar los desechos y como cambiar la mentalidad de la sociedad por una cultura que cuide el medio ambiente (EMGIRS, 2014).

Es fundamental para Raboni Fotostudio hacer conciencia y ejemplaridad a las empresas del sector conjuntamente con las capacitaciones que brinda el Municipio de Quito las mismas que serán depositadas en bolsas de basura correctamente selladas.



6.02 Impacto Social.

El impacto social que tiene este proyecto es muy importante puesto que va ayudar a un sector muy vulnerable que es una parte de la sociedad que socialmente es marginada, una cifra alarmante que alrededor de 5.000 niñas ejercen la prostitución en el Ecuador (OIT, 2017).

Como emprendedores no solo se busca disminuir los índices de desempleo en la ciudad de Quito, en marzo de 2017, la tasa nacional de desempleo fue de 4,4%, reducción estadísticamente significativa de 1,3 p.p. respecto al mismo periodo del año anterior (5,7%) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

Como ser intransigentes ante esta situación todo es una cadena de generación en generación que ha convertido a la sociedad ha puesto vendas y estigmas de repudio hacia esta parte de la sociedad por qué no hacer algo para que futuras generaciones tengan una oportunidad de escoger un camino diferente.;

6.03 Impacto Económico.

El impacto que tiene el presente proyecto es muy trascendental en el desarrollo de la economía ya que a más de la generación de una fuente de empleo prioriza la necesidad de emprendimiento que no solo busque la independencia económica de una sola persona si no de buscar alternativas de una equidad social.



La falta de poder cubrir necesidades que el ser humano se ha implantado, requiere de ser recursivos buscando los recursos para poder estar en la línea de progreso, los esfuerzos debes estar alineados con un objetivo común de buscar réditos financieros en equipo.



CAPÍTULO VII

7. Conclusiones Y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Es confiable y viable la ejecución del presente proyecto puesto que va a generar una rentabilidad además que el servicio es diferenciado y no se encuentra en el mercado con la propuesta planteada lo que proporcionara adentrarnos en el mercado.
- El precio es accesible ya que se ha puesto en balanza la necesidad de brindar un servicio que vaya dirigido a atacar la parte sentimental del consumidor.
- La cantidad de turistas nacionales e internacionales que acuden a la Ronda nos da una probabilidad más alta de que los clientes que ingresen al local sea más alta, acompañada de una buena gestión de recursos.



7.02 Recomendaciones

- Cumplir con las normativas legales para n funcionamiento alineado a la ley, tener personal calificado para tener información financiera fiable al final de cada periodo y así poder tomar decisiones acertadas; así como la innovación de modelos y no buscar un conformismo y tener competitividad en el mercado.



Bibliografía

- " *The New Palgrave Dictionary of Economics*. (1987). Recuperado el martes de julio de 2017, de George J. Stigler, 2008. 1987 "competition,: [https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(econom%C3%ADa))
- Aguirre Ormaechea, J. M. (2009). *Contabilidad de costos*. Recuperado el LUNES de JULIO de 2017, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Contabilidad_de_costos
- Alfredo DíazMata. (1998). *Matemáticas Financieras*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de wikipedia: <http://www.monografias.com/trabajos65/amortizacion-venezuela/amortizacion-venezuela2.shtml>
- AspersPatrik. (2011). *Polity Press*. Recuperado el JUEVES de JULIO de 2017, de WIKIPEDIA.
- BacaUrbina. (1999). *Evaluacion de Proyectos*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de Editorial: Mc Graw Hill: <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>
- Banco Central del Ecuador*. (Enero a Marzo de 2015). (Banco Central del Ecuador) Recuperado el Lunes de Mayo de 2017, de Precio Barril Petroleo: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201705.pdf>
- BODIE Zvi y Robert C. Merton. (1 de Enero de 2003). *Finanzas, Pearson Educación*. Recuperado el Lunes de Julio de 2017, de WIKIPEDIA: http://www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php#G
- Bourdieu Pierre*. (1999). Recuperado el JUEVES de JULIO de 2017, de The New Press: <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>
- Conesa Fernández-Vítora. (2009). *Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental
- Contabilidad Intermediadkieso 2004*. (s.f.). Recuperado el viernes de agosto de 2017, de Editorial Félix Varela: <http://www.monografias.com/trabajos82/punto-de-equilibrio/punto-de-equilibrio2.shtml>
- Creaciones Imperio. (Miércoles de Mayo de 1967). *Creaciones Imperio*. Recuperado el Miércoles de Mayo de 2017, de Imperio: <http://megaimperiodisfraces.com/>
- Distrito Metropolitano de Quito*. (2014). Recuperado el MARTES de MAYO de 2017, de DMQ: <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.pdf>



El Baúl de la Abuela. (Miercoles de Mayo de 1900). *El Baúl de la Abuela Ltda.* Recuperado el Miercoles de Mayo de 2017, de http://elbauldelaabuela.cl/aviso_plaza_vespucio.html

EMGIRS, e. P. (2014). *emgirs.gob*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos: <https://www.emgirs.gob.ec/index.php/noticiasep/312-municipio-de-quito-coordina-capacitacion-sobre-manejo-de-desechos-sanitarios>

Enguídano Araceli Mora . (11 de mayo de 2013). Recuperado el jueves de mayo de 2017, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_(econom%C3%ADa))

EUGENIOSALVADOR, C. (1988). *LA CONTABILIDAD GENERAL Y SU APLICACIÓN*. Recuperado el VIERNES de AGOSTO de 2017, de MONOGRAFIAS: <http://www.monografias.com/trabajos69/depreciacion-perdida-valor-bien/depreciacion-perdida-valor-bien2.shtml>

FedericoAnzil. (17 de ENERO de 2012). *Estudio Financiero*. Recuperado el LUNES de ENERO de 2017, de ECONOMICZONE: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Fernández Arenas, J. (1988). *Historia de la Moda*. Recuperado el Miercoles de Mayo de 2017, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_moda

Gilli Gustavo. (2008). Recuperado el martes de junio de 2017, de Psicología del Color. Barcelona: Gustavo Gilli Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_del_color

Historia de la Moda. (2011). *La historia de la moda*. Recuperado el Miercoles de Mayo de 2017, de <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/glosario/>

Hughes Alex. (2005). Recuperado el JUEVES de JULIO de 2017, de WIKIPEDIA Progress in Human Geography: <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

INEC. (2010). *Inec Estructura Poblacion*. Recuperado el MARTES de MAYO de 2017, de 2010: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>

INEC. (03 de 2017). *Instituto Nacional Estadísticas Y Censos*. Recuperado el LUNES de MAYO de 2017, de INEC.GOB.EC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf

Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa. (2009). Recuperado el lunes de julio de 2017, de Contabilidad de costos México: INITE.: https://es.wikipedia.org/wiki/Contabilidad_de_costos



- Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa. (2009). *wikipedia*. Recuperado el VIERNES de agosto de 2017, de Contabilidad de costos: https://es.wikipedia.org/wiki/Contabilidad_de_costos
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *INEC*. Recuperado el JUEVES de AGOSTO de 2017, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_Economia_Laboral-Mar17.pdf
- Kotler Philip. (1992). Recuperado el LUNES de mayo de 2017, de Dirección de Marketing: [https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_\(marketing\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_(marketing))
- María Merino Julián Pérez Porto. (2011). *Wikipedia*. Recuperado el lunes de julio de 2017, de https://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra
- Martínez Bencardino Ciro. (2012). Recuperado el Martes de Mayo de 2017, de Estadística y Muestreo: [https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_\(estadística\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_(estadística))
- Moutchnik Alexander. (2013). Recuperado el jueves de mayo de 2017, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>
- Nicholas Gregory. (2008). *WIKIPEDIA*. Recuperado el JUEVES de JULIO de 2017, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
- OIT. (2003 de 2017). *ECUADOR INMEDIATO*. Recuperado el VIERNES de AGOSTO de 2017, de http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/5_mil_ninas_trabajan_como_prostitutas_en_ecuador--6739
- Ortega Paredes José Gabriel. (10 de MARZO de 2012). *WIKIPEDIA*. Recuperado el VIERNES de AGOSTO de 2017, de Editorial EAE: [https://es.wikipedia.org/wiki/Activo_\(contabilidad\)#Tipos_de_activo](https://es.wikipedia.org/wiki/Activo_(contabilidad)#Tipos_de_activo)
- Peck, J. (2005). *Economic Geography*. Recuperado el JUEVES de JULIO de 2017, de Economic Geography: <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>
- Pierre Massé. (1963). *Principios de economía*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de Macroeconomía en la Economía Global: <https://es.wikipedia.org/wiki/Inversión>
- Robert Johnson & Patricia Kuby. (2005). *Robert Johnson & Patricia Kuby*. Recuperado el martes de mayo de 2017, de Robert Johnson & Patricia Kuby wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
- Ronald M Copeland. (1979). *Presupuestos de contabilidad Administrativa*. Recuperado el lunes de julio de 2017, de Editorial Limusa: <http://html.rincondelvago.com/presupuestos-de-gastos.html>



San Millán Martín, M. Á. (1 de mayo de 2014). *La renta fija. Valoración y gestión de carteras de renta fija*. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Renta_fija

Satish Ahuja. jay Sharma. (2017). *WIKIPEDIA*. Recuperado el LUNES de JULIO de 2017, de https://es.wikipedia.org/wiki/Costo_operacional

tarquinAnthony. (2006). *Ingeniería Económica*. 6ª ed. Recuperado el viernes de agosto de 2017, de monografias: <http://www.monografias.com/trabajos101/tasa-interes-rendimiento/tasa-interes-rendimiento.shtml>

Valdés César A. León. (2017). *Temas de Clase*. Recuperado el lunes de julio de 2017, de Temas de Clase: http://www.temasdeclase.com/textos/index.php?option=com_content&view=article&id=115:ingresos-no-operacionales&catid=91:capitulo-14-ingresos-no-operacionales&Itemid=260



NETGRAFÍA

https://es.wikipedia.org/wiki/Contabilidad_de_costos
<http://www.monografias.com/trabajos65/amortizacion-venezuela/amortizacion-venezuela2.shtml>.
http://www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php#G
<http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201705.pdf>.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>.
<http://www.monografias.com/trabajos82/punto-de-equilibrio/punto-de-equilibrio2.shtml>.
https://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental.
<http://megaimperiodisfrases.com/>.
<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.pdf>.
<https://www.emgirs.gob.ec/index.php/noticiasep/312-municipio-de-quito-coordina-capacitacion-sobre-manejo-de-desechos-sanitarios>.
<http://www.monografias.com/trabajos69/depreciacion-perdida-valor-bien/depreciacion-perdida-valor-bien2.shtml>.
http://elbauldelaabuela.cl/aviso_plaza_vespucio.html
[https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_(econom%C3%ADa)).
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_moda
https://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_del_color.
<http://lahistoriadelamoda.webnode.es/glosario/>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf
[https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_\(marketing\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_(marketing)).



[https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_\(estadística\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_(estadística)).
https://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra
<https://es.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/5_mil_ninas_trabajan_como_prostitutas_en_ecuador--6739.
[https://es.wikipedia.org/wiki/Activo_\(contabilidad\)#Tipos_de_activo](https://es.wikipedia.org/wiki/Activo_(contabilidad)#Tipos_de_activo).
<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Inversión>.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
<http://html.rincondelvago.com/presupuestos-de-gastos.html>
https://es.wikipedia.org/wiki/Renta_fija.
https://es.wikipedia.org/wiki/Costo_operacional

[https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(economía\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(economía))
http://www.temasdeclase.com/textos/index.php?option=com_content&view=article&id=115:ingresos-no-operacionales&catid=91:capitulo-14-ingresos-no-operacionales&Itemid=260
<http://www.monografias.com/trabajos101/tasa-interes-rendimiento/tasa-interes-rendimiento.shtml>.





APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE, UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE TRAJES DE ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y RETRATO DE FOTOGRAFÍA; UBICADA EN EL CETRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017.