



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE
MODELOS PARA NIÑOS CON EDUCACIÓN INTEGRAL EN CUIDADO
DEL MEDIO AMBIENTE EN QUITO

AUTOR

ANDREA CAROLINA HERRERA PAZMIÑO

AÑO

2018



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

*PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE MODELOS
PARA NIÑOS CON EDUCACIÓN INTEGRAL EN CUIDADO DEL MEDIO
AMBIENTE EN QUITO*

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera Comercial mención en Administración de
Empresas

Profesor Guía
Ing. Eduardo Vicente Gallegos Chávez, MBA.

Autora
Andrea Carolina Herrera Pazmiño

AÑO
2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Eduardo Vicente Gallegos Chávez

Ingeniero Comercial, MBA

C.C.: 1704955189-4

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Roberto Aníbal Hidalgo Flor
Master en Economía Empresarial
C.C.: 170636961-6

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Andrea Carolina Herrera Pazmiño

C.C.: 172212992-9

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento infinito a Dios por permitirme llegar a esta etapa profesional y lograr mi meta; a mis padres y hermano por ser lo primordial en mi vida ya que sin su apoyo este proceso resultaría más largo y difícil.

A mi profesor guía Eduardo que con paciencia y entrega me ayudó a realizar este plan de negocios.

A mis mamás, por hacer de mí quien soy ahora. No imagino ni un segundo de mi vida sin ellas.

Finalmente, a todos los maestros, amigos y conocidos que siempre me brindaron una palabra de aliento.

Carolina.

DEDICATORIA

Dedico esta meta realizada a mis padres Ramiro y Carolina quienes son las personas más importantes en mi vida, que con su infinito amor estuvieron conmigo en estos cinco años carrera.

A mi hermano Alex, mis sobrinos Sebas y Romi, que forman parte de mi fuerza e inspiración para lograr con mi objetivo planteado.

A todas las personas que forman parte de mi vida y me acompañaron en este camino hermoso y de aprendizaje universitario.

¡Los amo!

RESUMEN

Ecuador es un país que se encuentra en vías de desarrollo en donde es esencial que se realice emprendimientos para contribuir con el crecimiento y economía ecuatoriana. Actualmente, Ecuador está pasando por una inestabilidad política con el partido político ganador Alianza País, pero a pesar de esto el Ecuador cierra el año 2017 con un PIB positivo, por otra parte, dentro de las leyes actuales, el estado contribuye a empresas que realizan buenas prácticas y que fomentan el cuidado del medio ambiente siendo esta una oportunidad para enfocar un plan de negocio en este ámbito. En el aspecto económico del país, Ecuador se ha visto involucrado en varios fraudes que afectan a su economía y por ende al crecimiento óptimo de las industrias; en el caso del presente plan de negocios que se trata de una agencia de modelos para niños con educación integral en cuidado del medio ambiente, las industrias involucradas es la de confección y educación que no presentan un crecimiento de 2.21% que se comparó con las ventas del servicio más grande que tuvo un crecimiento del 2.66% del año 2010-2016 siendo esto una amenaza para emprender en este sector. Los aspectos social y tecnológico favorecen totalmente a este sector ya que el ministerio de educación ha implementado un control sobre el envío de tareas a los estudiantes, permitiendo que esta una oportunidad a los padres que están interesados en que sus hijos aprovechen el tiempo libre en algo productivo y que en la actualidad los niños al tener más acceso a información de internet encuentra a otros niños que se dedican al modelaje siendo esta una influencia y motivación para incursionar en esta carrera; por otro lado la parte tecnológica en Ecuador se motiva y se exige que las empresas posean buenas prácticas con el cuidado ambiental siendo está una oportunidad para generar cultura y tener una excelente imagen en el mercado y así mismo en el sector textil las innovaciones tecnológicas para la creación de confecciones es constante. A pesar del poco crecimiento de las industrias antes mencionadas, en la actualidad es necesario que tanto padre y madre trabajen teniendo como resultado que los niños se encuentren solos y con bastante tiempo libre, por ende, los padres y madres buscan alternativas para que sus hijos aprovechen el tiempo luego de la escuela en al que sea divertido y que genere aprendizaje.

Debido a este motivo, el presente plan de negocios es para niños y niñas de 4 a 12 años de edad que vivan en la ciudad de Quito, pero las edades que más preferencia tienen los padres en que se realicen actividades extraescolares es de 4 a 9 años ya que es más necesario que estén bajo supervisión de un adulto, ya que los niños más grandes ya pueden optar por cuidarse solos.

El proyecto tiene como enfoque enseñar a los niños el modelaje mientras se realizan actividades amigables con el medio ambiente como: fabricar juguetes, sembríos y gincanas ecológicas fomentando al desarrollo personal y profesional de los niños y niñas con una duración de tres meses, pero el curso inicia cada mes. Además, de realizar alianzas estratégicas con el fin de brindar alternativas a las diferentes marcas, diseñadores, agencias publicitarias de formar parte de sus desfiles e imagen, Cabe mencionar, que la presencia de los niños y niñas en anuncios publicitarios, desfiles y comerciales se ha incrementado en los últimos años ya que el impacto generado es más fuerte para el consumidor.

El plan de marketing tuvo un proceso de desarrollo esencial para que la agencia Eco Little Model pueda tener una participación y posicionamiento importante en el mercado frente a otras agencias con antigüedad en el Ecuador.

Eco Little Model Cía. Ltda. Podrá iniciar sus servicios comerciales con una inversión de 37.448,25 USD, en donde será financiada con la aportación de accionistas en (50%) y préstamo con Banco Pichincha (50%).

Para finalizar, el proyecto presenta valores positivos en el estudio financiero realizado los cuales indican la viabilidad del proyecto. Según los datos mencionados, la inversión se recupera en 3 años aproximadamente.

ABSTRACT

Ecuador is a developing country where it is essential to undertake ventures to contribute to the growth and economy of Ecuador. Currently, Ecuador is going through a political instability with the winning political match Alianza País, but despite this Ecuador closes 2017 with a positive GDP, on the other hand, within the current laws, the state contributes to companies that perform good practices and that promote the care of the environment being this an opportunity to focus a business plan in this area. In the economic aspect of the country, Ecuador has been involved in several frauds that affect its economy and therefore the optimal growth of the industries; in the case of the present business plan that is a modeling agency for children with integral education in care of the environment, the industries involved are the clothing and education that do not present a growth of 2.21% compared to sales of the largest service that had a growth of 2.66% in the year 2010-2016, this being a threat to undertake in this sector. The social and technological aspects totally favor this sector since the Ministry of Education has implemented a control over the sending of tasks to students, allowing this an opportunity to parents who are interested in their children taking advantage of their free time in something productive and that nowadays children having more access to internet information find other children who are dedicated to modeling being this an influence and motivation to venture into this career; On the other hand, the technological part in Ecuador is motivated and requires that companies have good practices with environmental care being an opportunity to generate culture and have an excellent image in the market and also in the textile sector technological innovations for the Creation of garments is constant. In spite of the little growth of the aforementioned industries, at present it is necessary that both father and mother work with the result that the children are alone and with enough time to book, therefore parents seek alternatives for their children to take advantage of the time after school in which it is fun and that generates learning.

Due to this reason, the present business plan is for boys and girls from 4 to 12 years of age living in the city of Quito, but the ages that most preference is given to parents in extracurricular activities is from 4 to 9 years since it is more

necessary that they are under the supervision of an adult, since older children can already choose to take care of themselves.

The project aims to teach children modeling while performing environmentally friendly activities such as: making toys, crops and ecological gymnastics promoting the personal and professional development of children. In addition, to make strategic alliances in order to provide alternatives to different brands, designers, advertising agencies to be part of their parades and image, It is worth mentioning that the presence of children in advertising, parades and commercials has been increased in recent years as the impact generated is stronger for the consumer.

The marketing plan had an essential development process so that the agency Eco Little Model can have an important participation and positioning in the market compared to other agencies with an antiquity in Ecuador.

Eco Little Model Cía. Ltda. It will be able to start its commercial services with an investment of USD 37,448.25, where it will be financed with the contribution of shareholders in (50%) and loan with Banco Pichincha (50%). Finally, the project presents positive values in the financial study carried out which indicate the viability of the project. According to the mentioned data, the investment is recovered in approximately 3 years.

ÍNDICE

1.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1	<i>Justificación del Trabajo (CIU P8542)</i>	1
1.1.1	<i>Objetivo General del Trabajo</i>	2
1.1.2	<i>Objetivos Específicos del Trabajo</i>	2
2	CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO	3
2.1	Análisis del Entorno Externo	3
2.1.1	Análisis PEST	3
2.1.1.1	<i>Entorno Político (Positivo)</i>	3
2.1.1.2	<i>Entorno Económico (Neutral)</i>	5
2.1.1.3	<i>Entorno Social (Muy Positivo)</i>	6
2.1.1.4	<i>Entorno Tecnológico (Muy Positivo)</i>	8
2.1.1.5	<i>Entorno Ambiental (Positivo)</i>	8
2.1.1.6	<i>Entorno Legal (Muy Positivo)</i>	9
2.1.2	Análisis de la Industria (5 Fuerzas de PORTER)	10
2.1.2.1	<i>Poder de negociación de los proveedores (Medio)</i> .	12
2.1.2.2	<i>Poder de negociación de los clientes (Alto)</i>	13
2.1.2.3	<i>Barreras de entrada (Medio)</i>	13
2.1.2.4	<i>Productos sustitutos (Alto)</i>	13
2.1.2.5	<i>Rivalidad entre competidores (Bajo)</i>	14
2.1.3	Matriz de Evaluación de los Factores Externos EFE 14	
3	CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL CLIENTE	16
3.1	Investigación cualitativa- ENTREVISTAS	16
3.1.1	Entrevista a Expertos	16
3.1.2	Análisis del grupo focal (Focus Group)	18
3.2	Investigación Cuantitativa – ENCUESTAS	19
4.	CAPÍTULO IV: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	25
4.1	Descripción de la Oportunidad de Negocio	25
5.	CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING	28
5.1	Estrategia general de marketing	28
5.1.1	Mercado objetivo	28
5.1.2	Propuesta de valor	29

5.1.2.1	Factores diferenciadores – Ventaja Competitiva....	30
5.1.2.2	Estrategia general de posicionamiento.	31
5.1.2.3	Declaración de posicionamiento	31
5.2	<i>Mezcla de marketing</i>	32
5.2.1	<i>Producto/Servicio</i>	32
5.2.1.1	<i>Branding</i>	32
5.2.1.2	Logo	32
5.2.1.3	Características del Servicio.....	33
5.2.1.4	Atributos	33
5.2.1.5	Soporte	34
5.2.2	<i>Precio</i>	34
5.2.2.1	<i>Precio de venta</i>	34
5.2.2.2	Estrategia de entrada.....	35
5.2.3	<i>Plaza</i>	35
5.2.3.1	Punto de Venta	35
5.2.4	<i>Promoción</i>	36
5.2.4.1	Estrategia de Promoción.....	36
5.2.4.2	Publicidad.....	37
5.2.4.3	Relaciones Públicas.....	37
6.	CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	39
6.1	Misión, visión y objetivos de la organización.....	39
6.1.1	Misión.....	39
6.1.2	Visión	39
6.1.3	Objetivos	39
6.2	Plan de Operaciones.....	40
6.2.1	Mapa de Procesos	40
6.2.2	Proceso de curso de modelaje.....	40
6.2.3	Proceso de actividades de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente.....	41
6.2.4	Cadena de valor servicio.....	42
6.3	Estructura Organizacional	44
6.3.1	Nómina y funciones.....	45
6.4	Estructura Legal.....	48
7.	CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA	49
7.1	Proyección de ingresos, costos y gastos	49

7.2	Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital	50
7.3	Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	50
7.4	Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración	54
7.5	Índices financieros.....	56
8.	CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES GENERALES.....	57
	REFERENCIAS.....	59
	ANEXOS	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Crecimiento Industria 2010-2016	5
Figura 2: Composición y cantidad de hogares	7
Figura 3: Competencia	14
Figura 4: Edad.....	20
Figura 5: Sector de vivienda.....	20
Figura 6: Ingreso mensual.....	21
Figura 7: Edad hijos	21
Figura 8: Tiempo libre	21
Figura 9: Inversión actividad extraescolar	22
Figura 10: Tipo de actividad extraescolar.....	22
Figura 11: Interés en el cuidado ambiental	22
Figura 12: Precio muy barato	23
Figura 13: Precio muy caro	23
Figura 14: Medios de información	23
Figura 15: Logo	32
Figura 16: Precio establecido.....	34
Figura 17: Mapa de proceso.....	40
Figura 18: Proceso curso	41
Figura 19: Proceso actividades ecológicas	42
Figura 20: Cadena de valor servicio modelaje	43
Figura 21: Estructura organizacional.....	44
Figura 22: Estructura organización DIS.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventas industria.....	6
Tabla 2: CIUU Industria.....	10
Tabla 3: Análisis de la industria- Ecuador	11
Tabla 4: Matriz EFE.....	14
Tabla 5: Mercado objetivo	29
Tabla 6: Factor diferenciador.....	30
Tabla 7: Proyección de costo de marketing anual y mensual.....	36
Tabla 8: Objetivos económicos y estratégicos	39
Tabla 9: Salarios mensuales	45
Tabla 10: Datos generales	49
Tabla 11: Ingresos proyectados	49
Tabla 12: Costos y Gastos	50
Tabla 13: Inv inicial y Capital de trabajo.....	50
Tabla 14: Estructura de capital.....	50
Tabla 15: Estado de resultados.....	51
Tabla 16: Estado de situación	52
Tabla 17: Estado flujo de efectivo	53
Tabla 18: Estado flujo de caja	54
Tabla 19: Flujo de caja del inversionista	54
Tabla 20: Tasa de descuento.....	55
Tabla 21: Criterios de valoración.....	55
Tabla 22: Índices financieros.....	56

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del Trabajo (CIIU P8542)

La idea para realizar el plan de negocio es crear una agencia de modelos para niños de 4 a 12 años de edad con una educación integral en el cuidado del medio ambiente con una duración de tres meses en donde la agencia empieza un curso nuevo cada mes, es decir los niños mientras aprenden todo lo necesario sobre el modelaje se complementará con actividades amigables con el medio ambiente y así generar una cultura en el cuidado y preservación del mismo. Con una finalidad de que las marcas que deseen promocionar sus productos y servicios cuenten con una agencia que posea una gran variedad de niños; ya que en la mayoría de comerciales o fotos publicitarias requieren la presencia de los más pequeños. En la actualidad se observa que cada vez los niños se encuentran presentes en comerciales, desfiles y fotos publicitarias de grandes marcas que dan a conocer los productos y servicios brindados. Por otra parte, esta actividad extraescolar fomenta al desenvolvimiento, confianza, seguridad, personalidad y estilo de los niños aprovechamiento su tiempo libre en una carrera productiva y que les servirá por un largo período de tiempo, además en la actualidad el gobierno fomenta a las empresas de todo tipo a practicar y hacer actividades amigables con el medio ambiente, entonces fusionando estas dos actividades la principal consecuencia en los niños y niñas sería crear una cultura en el cuidado ambiental mediante prácticas como: huertos, gincana ecológica o crear sus propios juguetes con materia reciclado mientras aprenden a caminar correctamente, postura, manejo de casting, fotografía, etc. El trabajo a realizar busca fomentar el modelaje en el Ecuador que apenas tiene 30 años desde sus inicios, poder cumplir con los requisitos solicitados por los clientes que en este caso serían las empresas que realizan desfiles, fotos y comerciales, además de brindar una opción a los padres de familia para que los hijos aprovechen el tiempo de ocio en actividades productivas que serán útiles tanto en el presente como en el futuro.

Cabe recalcar que el Ministerio de Educación del Ecuador regulará desde el año 2016-2017 el envío de deberes enviados en escuelas y colegios siendo una oportunidad que permite a los niños que tengan más tiempo disponible en realizar actividades prácticas, entretenidas e interesantes que los ayudará en varios aspectos tanto en la vida personal como en la profesional. Para finalizar

es primordial crear desde ahora cultura en el cuidado ambiental y que mejor empezar por los más pequeños del hogar para hacerlos y con el apoyo de la familia conseguir un mundo mejor.

Objetivos

1.1.1 Objetivo General del Trabajo

Realizar el análisis de viabilidad para el plan de negocios para la creación de una agencia de modelos para niños con educación integral en medio ambiente en la ciudad de Quito.

1.1.2 Objetivos Específicos del Trabajo

- Realizar un estudio del mercado para analizar el mercado meta en Quito.
- Hacer un análisis interno y externo en el mundo del modelaje en Ecuador.
- Determinar la inversión inicial que incluye el personal requerido, gastos administrativos-operativos y permisos de funcionamiento
- Elaborar un estudio financiero para obtener la rentabilidad, tiempo de recuperación de la inversión y el precio óptimo para ser rentables.
- Diseñar la estructura organizacional y propuesta filosófica del negocio con actividades y funciones a ejercer.

2 CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis del Entorno Externo

Para elaborar de forma efectiva el análisis del entorno externo se utilizarán dos herramientas importantes: PEST y PORTER con el fin de entender y comprender a profundidad el entorno del plan de negocios a realizar.

En Ecuador, el CIU del servicio está determinado por (CIU P8542) que corresponde a Enseñanza cultural y específicamente el P8542.02 “Actividades de formación artística y cultural” (INEC 2012).

2.1.1 Análisis PEST

El presente análisis PEST da a conocer factores que son determinantes para establecer un crecimiento o declive del mercado brindando una dirección al plan de negocios

Es importante dar una característica a cada variable para entender la posición del mercado.

Muy Positivo	Positivo	Neutral	Negativo	Muy Negativo
--------------	----------	---------	----------	--------------

2.1.1.1 Entorno Político (Positivo)

República del Ecuador es un país sudamericano pluricultural que posee una organización en forma de República y con una forma de gobierno descentralizado. Además, Ecuador cuenta con cinco poderes: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral y Participación Ciudadana. El Economista Rafael Correa Delgado fue elegido como presidente de la República del Ecuador en el año 2007 llevando más de 10 años en el poder tras una época de inestabilidad política donde hubo 7 presidentes en 10 años siendo fundador del movimiento Alianza País en el cual se basa en un movimiento socialista del XXI en donde el pueblo es lo primordial junto con su bienestar y en si la creación de un país más equitativo, además de la creación de una nueva Carta Magna al país con el objetivo de dar estabilidad y desarrollo social, que tras su aprobación en 2008 constituye el último episodio del constitucionalismo en este país. Por otro lado, el Gobierno de Rafael Correa se vio acompañado de altos precios en el petróleo y una serie de reformas económicas, políticas, sociales y educativas con grandes inversiones en educación superior e infraestructura con el fin de

cambiar la matriz productiva, aumento de inversiones para generar un factor diferenciador es nuestras materias primas.

En la actualidad existen 137 asambleístas en donde aproximadamente 75 son del gobierno de Revolución Ciudadana y el resto son grupos de oposición. El pasado 2 de abril el Ecuador decide de cuál sería el nuevo mandatario del país entre Guillermo Lasso y Lenín Moreno eligiendo así a Lenín Moreno con su binomio Jorge Glas que ejercerán sus funciones en el período 2017-2021; en donde Jorge Glas fue destituido de sus funciones y existirá una votación para elegir nuevo vicepresidente de la república.

En el aspecto de impuestos y reformas laborales el actual gobierno hace hincapié en altos aranceles desde el 2015 en productos de exportación para cuidar e incentivar a la producción nacional, por otra parte, dentro de las reformas laborales se encuentra un incremento en el salario básico unificado, que todos los empleados cuenten con afiliación al IESS, seguro de desempleo, respeto al horario de trabajo, entre otros.

Ecuador enfrenta el reto de poder llegar a acuerdos políticos para adecuar a la economía en el nuevo contexto internacional con mayor participación del sector privado y proteger los avances sociales logrados durante la bonanza. (Banco Mundial, 2017)

La Ley de Comunicación, que se encuentra en vigencia más de tres años contempla entre sus puntos el fortalecimiento de la industria publicitaria y por ende la moda en Ecuador. En el 2014, las productoras y agencias publicitarias dijeron que el número de contratos se incrementó hasta en un 70% en donde el modelaje obtuvo un incremento y desarrollo del sector. Pero a partir del año 2016 los contratos y presupuestos se han reducido por la inestabilidad que cruza Ecuador. Además de leyes para el cuidado del medio ambiente como lo establece en el Art 2. La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales. (Ministerio del ambiente, 2004). Es importante mencionar que las políticas incorporadas a las empresas para realizar actividades amigables con el medio ambiente es una **oportunidad** para el plan de negocios; por otra parte, la ley

de comunicación vigente es una amenaza por la inestabilidad política que cruza el Ecuador actualmente.

2.1.1.2 Entorno Económico (Neutral)

El Ecuador tras las elecciones del Gobierno en el 2017 se verán fuertes cambios en la economía como en los sectores petroleros, laboral, bancario, fiscal, medicina prepagada y en temas de comercio exterior. Como el Acuerdo con la Unión Europea en donde se estable que los productos agrícolas y bienes industriales ingresen al bloque sin pagar aranceles. El nuevo salario básico en el Ecuador para el 2017 será de USD 375. Por otra parte, se establecerá nuevas reglas en banca y tarjetas en donde la emisión de estados de cuenta a domicilio y procesamiento del protesto no tendrán ningún costo, además se podrá ceder los beneficios de los planes de recompensa a otro tarjetahabiente con el mismo plan.

El sector de confecciones y enseñanza en el Ecuador aportan aproximadamente a la economía en 2% del PIB en el 2016 según datos del Banco Central del Ecuador. Este sector se vio afectado por el incremento del IVA de 12% a 14% tras el terremoto en donde los empresarios buscan soluciones para evitar el aumento de precios al consumidor final, además la medida implementada por el gobierno las salvaguardias a las importaciones han causado que el sector moda- textil disminuya las ventas ya que se observa un efecto negativo en la diversidad en la oferta por falta de fácil ingreso de materia prima. El Ecuador registró una inflación 0.09% en el primer mes del año 2017. Las divisiones de Recreación y cultura (0,0675%) y Educación (0,0874%) en el último mes del año 2016. (INEC, 2017).



Figura 1: Crecimiento Industria 2010-2016

Tomado de: Banco Central del Ecuador

Tabla 1: Ventas industria

INGRESOS CN MODELOS	AÑO
\$ 108.382,92	2016
\$ 106.987,64	2015
\$ 98.852,26	2014
\$ 99.159,75	2013
\$ 97.635,21	2012
\$ 94.698,54	2011
\$ 90.165,83	2010

Tomado de: Servicios de Rentas Internas

Es importante mencionar que en los dos sectores de tejidos/confecciones y enseñanza en donde se encuentra la agencia de modelos en un escenario conservador la tasa de crecimiento anual desde el año 2010-2016 se mantienen en tasas casi constantes un ligero crecimiento con una tasa de 2.21%, lo cual es una **amenaza** ya que no se muestra una industria muy atractiva por su bajo índice de crecimiento; por otra parte, analizando las ventas netas gravadas con el 12 % de CN Modelos la agencia más grande del país se ratifica que el crecimiento no es alto pero en los años 2010- 2016 este aumentan sus ingresos con una tasa promedio de 2.66% .

2.1.1.3 Entorno Social (Muy Positivo)

En el Ecuador existe alrededor de 4 millones de niños, en la provincia de Pichincha 681.142 niños de 1 a 14 años de edad y en Quito 576.689 niños de las mismas edades. Es importante mencionar que los niños tienen acceso al uso de la tecnología. El 43,9% de los menores utiliza computador, el 28,1% tiene internet y el 3,7%, celular (INEC, 2010) y gracias a la facilidad de alcance que poseen los niños, jóvenes y adultos a la información se ha incrementado la tendencia de que los niños aprendan actividades extracurriculares como son el modelaje, danza, teatro, música, actividades al aire libre, entre otros ya que en la actualidad existen varios íconos de la moda infantil con gran aceptación como Kristina Pimenova, William Franklyn Miller y entre otras celebridades que han marcado gran admiración en niños ecuatorianos.

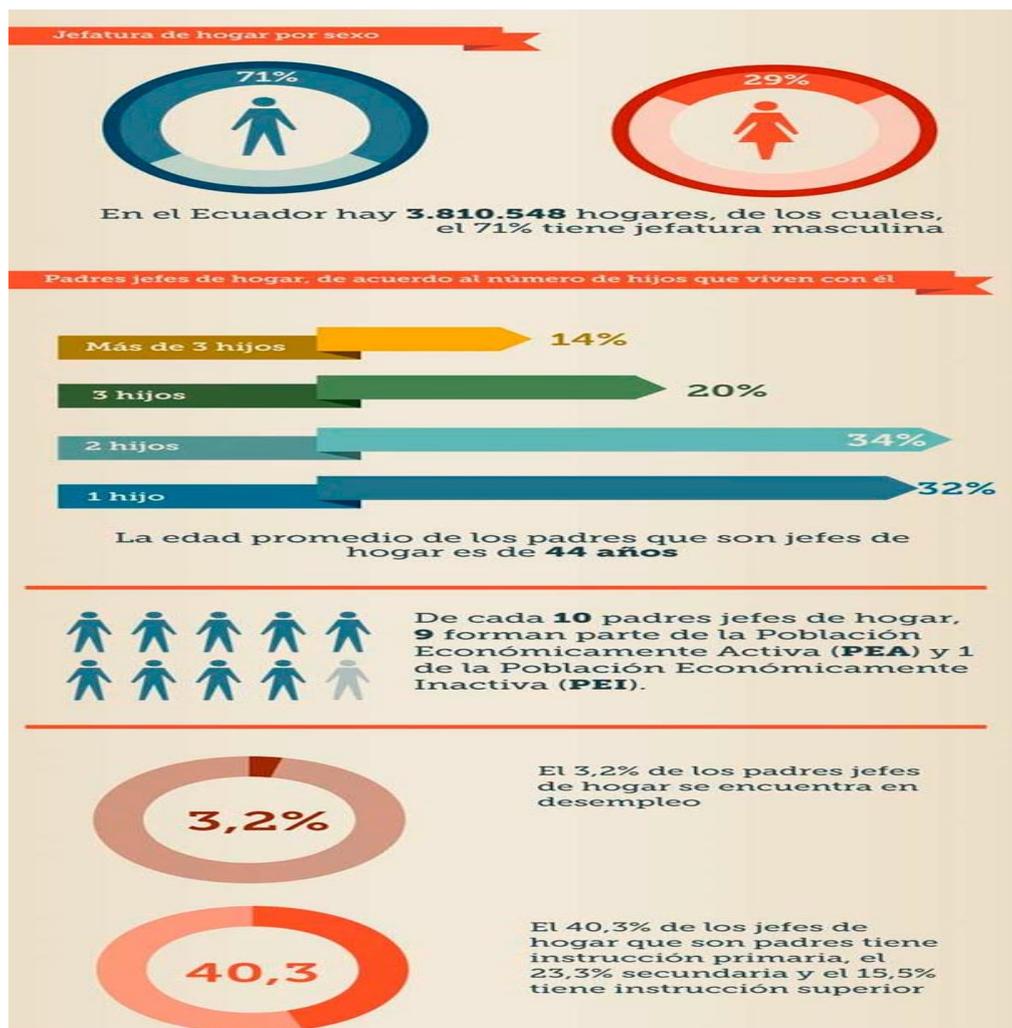


Figura 2: Composición y cantidad de hogares

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Se ha marcado un gran incremento de que los niños aprovechen el tiempo libre, según el Ministerio de Educación menciona que las actividades extraescolares son las que se realizan fuera de la institución educativa, organizadas y subvencionadas por el distrito o por organizaciones gubernamentales o no gubernamentales que tengan convenios con el Ministerio de Educación.

Estas actividades extraescolares son experiencias de interacción entre pares que permiten desarrollar acciones de aprendizaje lúdico y buen uso del tiempo libre, vinculadas con la cultura, el arte, el deporte, actividades al aire libre, entre otros.

Por otra parte, el cuidado del medio ambiente es un tema de interés para todas las generaciones y en Ecuador se ha unido a esta causa con leyes, normas

que rigen una responsabilidad social y ambiental. Para los niños generar una cultura del cuidado del medio ambiente es primordial para su desarrollo, junto con actividades extracurriculares se logra niños más desenvueltos, seguros, amigables y sobre todo conscientes del cuidado del planeta.

El uso de tiempo en actividades en el cuidado personal en el Ecuador ha tenido un incremento en los últimos años ya que los padres y profesores se encuentran incentivando a los niños a realizar actividades recreativas como baile, teatro, modelaje y pintura (19,7%), pero se encuentran datos que solo un 21,6% dice ser parte y asistir periódicamente a los actos de algún tipo de organización. (INEC, 2010). Lo mencionado anteriormente es una **oportunidad** para la agencia ya que permite una mayor apertura a que los niños realicen este tipo de actividades.

2.1.1.4 Entorno Tecnológico (Muy Positivo)

En Ecuador en el sector de moda- textil junto con promociones para mostrar las nuevas prendas de vestir mediante modelos se ha realizado un convenio con la Universidad de Carolina del Norte en Estados Unidos en donde se brinda capacitaciones en adelantos tecnológicos para la generación de prendas de vestir de calidad en el Ecuador. Por otra parte, el incremento del uso de internet y de redes sociales con un aproximado de 2.8 millones de personas en el 2016 han permitido a las personas poder informarse y encontrar ágilmente la información solicitada. Instagram y Facebook que son buscadores mundiales, en el sector del modelaje en el Ecuador es una pieza clave para encontrar agencias de modelos para niños. Por otra parte, el uso de tarjetas de crédito en el país se puede garantizar e inclusive pre-pagar el servicio de esta manera minimizar las cancelaciones. Asimismo, la educación del cuidado del medio ambiente utiliza innovaciones tecnológicas para generar la cultura de responsabilidad social y preservación del medio ambiente como programas, alternativas de uso y disminución de artículos contaminantes. El incremento en la tecnología en el sector textil permite que esta sea una **oportunidad** para el negocio ya que más empresarios desean promocionar sus confecciones.

2.1.1.5 Entorno Ambiental (Positivo)

Ecuador incentiva a la construcción de la infraestructura tanto para casas, empresas etc. Deben ser ecológicamente sustentables, con controles ambientales más estrictos por parte de entidades gubernamentales y locales. Por otro lado, Johannes Stahl, representante del secretario ejecutivo de la CMS, ponderó al Ecuador como un país líder en temas medioambientales, (Ministerio del Ambiente, 2016). En donde los negocios emprendidos para hacer y fomentar el cuidado del medio ambiente son una gran **oportunidad** de negocio en el Ecuador.

2.1.1.6 Entorno Legal (Muy Positivo)

En el aspecto de seguridad jurídica no se encuentra en independencia con respecto a los poderes del estado ya que posee gran influencia del estado central, en el aspecto de legislación laboral es poco flexible, eliminación total de tercerizadoras causando que los costos suban, además de un El Plan Nacional de la Calidad está estructurado en planes específicos y actividades que se desarrollarán en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, bajo el siguiente enfoque Directrices y asistencia técnica de modelos de gestión de calidad para implementación en el sector industrial (productos y servicios), considerando la dimensión ambiental.(Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

Según el artículo 46 del Código de la niñez y adolescencia está penado los siguientes aspectos:

2. La circulación de contenido no adecuado para niños, niñas y adolescentes en horarios familiares.

3. La circulación de productos para adolescentes y niños en donde su envoltura se encuentre textos, imágenes, mensajes no adecuados. (Código de la niñez y adolescencia, 2013). Siendo este un factor importante para cuidar la imagen de los niños que se encuentren en la agencia siendo esta una **oportunidad** ya que se garantiza el cuidado de la imagen personal de los niños.

Conclusión general

Dentro del estudio realizado en el análisis PEST se presentan las siguientes conclusiones:

En el aspecto político las leyes incorporadas a las empresas para realizar actividades amigables con el medio ambiente es una *oportunidad* para el plan de negocios; por otra parte, la ley de comunicación vigente es una amenaza por la inestabilidad política que cruza el Ecuador actualmente. En la parte legal, al existir un Código de la Niñez y Adolescencia se protege la imagen e integridad de los niños y niñas siendo esta una oportunidad para garantizar la seguridad de los mismos en esta actividad extraescolar

En el aspecto económico los dos sectores de tejidos/confecciones y enseñanza en donde se encuentra la agencia de modelos tiene un ligero crecimiento con una tasa de 2.66%, lo cual es una amenaza ya que no indica una industria muy atractiva por su bajo índice de crecimiento.

En el aspecto social, en los últimos años los padres y profesores se encuentran incentivando a los niños a realizar actividades recreativas y en conjunto con la última disposición del Ministerio de Educación sobre la disminución de tareas enviadas al hogar permitiendo ser una oportunidad para innovar en actividades extraescolares.

En el aspecto tecnológico y ambiental; el incremento en la tecnología en el sector textil permite que esta sea una oportunidad para el negocio ya que más empresarios desean promocionar sus confecciones y los negocios que emprenden en realizar y fomentar el cuidado del medio ambiente son una gran oportunidad de negocio en el Ecuador.

2.1.2 Análisis de la Industria (5 Fuerzas de PORTER)

La clasificación nacional de actividades económicas con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) nos coloca en P8542 (INEC, 2012).

Tabla 2: CIUU Industria

		INEC
CIUU 4.0	Descripción	
P8542	ENSEÑANZA CULTURAL.	
P8542.0	ENSEÑANZA CULTURAL.	
P8542.01	Clases de piano y otras actividades de formación musical.	
P8542.02	Actividades de formación artística, escuelas de teatro, escuelas de bellas artes y escuelas de artes interpretativas (excepto las académicas).	
P8542.03	Escuelas y academias de baile.	
P8542.04	Escuelas de fotografía (excepto las comerciales).	

Tomado de: Instituto de Estadísticas y Censos

El análisis de la industria de tejidos/ textiles con el CIUU C1410 y enseñanza con el CIUU P8542 que sustentan la moda en Ecuador para la creación de una agencia de modelos para niños y al no poseer tanta información de Ecuador se ha realizado un análisis del sector de la moda de Colombia en donde este estudio lanzó que entre los años 2009 a 2014, Colombia registró un crecimiento del 5,5% en el volumen de ventas de prendas de vestir y calzado. Dicha cifra es mayor que algunos países como México (4,9%), Brasil (3,3%) y Argentina (3,4%), según una encuesta de Euromonitor que fue publicada en abril de 2015. La agencia anticipa que existirá un crecimiento futuro mayor entre los años 2014 a 2019. Por otra parte, en Ecuador solo el sector de textiles y confecciones representan 0,96% (PIB real a septiembre de 2015) y cuenta con 166.000 personas empleadas directamente en textiles y confección de estos 30000 son diseñadores. El sector de la moda se ha visto afectado por el acceso limitado a materias primas e insumos, además el sector que enfrenta también problemas de cultura de innovación, según los resultados de una mesa de trabajo sectorial realizada en la ciudad de Guayaquil el 27 de junio del 2017 en Guayaquil.

Los análisis realizados a continuaciones son entre las agencias más importantes del país que se encuentran en la industria de la moda y como estos se manejan en el mercado con el fin de generar una ventaja competitiva y el papel que juegan las fuerzas rivales, productos sustitutos, proveedores, clientes, y competidores potenciales.

Tabla 3: Análisis de la industria- Ecuador

ÍTEM	ALTO	MEDIO	BAJO
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	MEDIO		
Concentración de Proveedores			X
Posición monopolista del proveedor		X	
Relación entre demanda y oferta		X	
Conocimientos del proveedor de la industria		X	
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	ALTA		
Beneficio de los clientes	X		

Calidad del servicio	X		
Concentración de clientes		X	
Productos Sustitutos	X		
Volumen de ventas	X		
BARRERAS DE ENTRADA	MEDIO		
Requerimiento de capital		X	
Factor diferenciador	X		
Experiencia y curva de aprendizaje		X	
Acciones y leyes del gobierno		X	
PRODUCTOS SUSTITUTOS	ALTA		
Disponibilidad de sustitutos	X		
Precio relativo entre el servicio sustituto y el ofrecido	X		
Propensión del comprador al servicio sustituto	X		
Grado de percepción de la diferenciación del servicio		X	
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	BAJO		
Atractivo del Sector		X	
Diferenciación del servicio			X
Diversidad de competidores			X
Políticas Gubernamentales		X	
Represalias Competencia			X

2.1.2.1 **Poder de negociación de los proveedores (Medio)**

La industria de la moda y la enseñanza cultural del cuidado de medio ambiente posee un poder de negociación de los proveedores sería medio ya que existe variedad de personas especializadas en campos como nutrición, teatro, danza. Por otro lado, en esta industria no existe gran extensión de personas especializadas en el campo de modelaje profesional para niños, manejo de casting, educación en el cuidado del medio ambiente lo cual haría la negociación moderada para la industria con poca antigüedad en el Ecuador. Además, los demás proveedores serían imprentas, centro de confección, suministros de oficina lo que facilita la negociación con los mismos al existir varios lugares que brindan estos productos y servicios, en donde se concluye que por estos motivos el poder de negociación es medio. Siendo esta una amenaza para la industria por la poca existencia de personas especializadas en estos campos provocando que los proveedores tengan un poder de negociación medio.

2.1.2.2 Poder de negociación de los clientes (Alto)

En esta industria al no estar explotada en su totalidad y todavía tener desconocimiento del mismo existen dos tipos de clientes: individuales (padres de familia con niños) e institucionales (diseñadores de moda, marcas publicitarias, organizadores de eventos de moda, entre otros) son exigentes al momento de contratar a la persona ya que requieren varias especificaciones y cumplimiento de ciertos rasgos según sean las necesidades del cliente, es por esta razón que es una amenaza ya que los clientes tienen un alto poder de negociación con la existencia de algunas agencias de modelaje y centros de recreación.

2.1.2.3 Barreras de entrada (Medio)

En el marco legal de la industria no existen barreras para nuevos emprendimientos, pero un aspecto importante a considerar es la inversión ya que dentro de las actividades a ejercer se requieren especialistas en diferentes campos, una adecuada infraestructura para el desarrollo e implementación del mismo, en donde CN Modelos tuvo una inversión inicial de aproximadamente \$60.000 que los utilizó en infraestructura y estudio fotográfico y también la agencia DIS tuvo una inversión inicial de aproximadamente \$40.000; otro aspecto a considerar es que en el mercado ecuatoriano existen pocas agencias de modelos pero ya tienen un posicionamiento en la mente del consumidor; dentro de esta industria la curva de aprendizaje es muy importante con el fin de ir perfeccionando y mejorando lo que se ha observado falta de innovación en esta industria por ende la adquisición de experiencias es repetitiva. Por estos aspectos las barreras de entrada son medio además se considera una oportunidad para innovación en la industria.

2.1.2.4 Productos sustitutos (Alto)

Las actividades extraescolares existen una gran variedad en la industria tales como, baile, teatro, deportes, escuela de música, escuela de idiomas, en donde el precio en actividad escolar es alto mientras que en época de vacaciones es bajo esto es por la afluencia de la demanda. En la industria existen varios productos sustitutos siendo esta una amenaza porque se encuentran en el campo de actividades extracurriculares para niños y niñas haciendo que este considerado como alto.

2.1.2.5 Rivalidad entre competidores (Bajo)

La rivalidad entre en la industria es baja, ya que las principales agencias de modelaje y actividades que fomentan el desarrollo integral de los niños en el Ecuador se encuentran ubicados en Quito con tiempo considerable de antigüedad en donde los clientes ya conocen el trabajo realizado por los mismos y sus precios. Una ventaja y oportunidad es que no existe un gran número de agencias en el país y que cada uno se dedica a fomentar la moda en Ecuador y cuidar de los intereses de los/as modelos.



Figura 3: Competencia

2.1.3 Matriz de Evaluación de los Factores Externos EFE

Tabla 4: Matriz EFE

Factores determinantes de éxito	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADA
OPORTUNIDADES			
Ley de comunicación fortalece la industria de publicitaria y moda	0,09	3	0,27
Incentivos por el gobierno central a empresas con prácticas en el cuidado del medio ambiente	0,15	4	0,6
Incentivos y nuevos reglamentos por el ministerio de educación para la realización de actividades extraescolares para niños y minorar deberes	0,13	4	0,52
Convenios con extranjera en capacitación textil	0,07	3	0,21
Ministerio de educación impulsa a programas de cuidado ambiental	0,14	4	0,56
AMENAZAS			
La inestabilidad política afecta a contratos y presupuestos	0,13	1	0,13
Poco crecimiento de la industria de tejidos/confecciones y enseñanza	0,06	2	0,12
Alto poder de negociación del cliente al tener varias exigencias al momento de contratos	0,04	2	0,08
Nuevas leyes disminuyen la inversión privada y creación de nuevos proyectos.	0,05	2	0,1
Competidores altamente posicionados en el mercado ecuatoriano	0,14	1	0,14
TOTAL	1,00		2,73

ANÁLISIS:

En la tabla anterior muestra un análisis del entorno en donde se escogieron las principales variables influyentes en el éxito o fracaso de la industria; en donde se obtuvo una ponderación total de 2.73 que se encuentra por encima del promedio de 2.5 significando que es favorable para el desarrollo de las empresas en el sector. Además, es importante mencionar que se encuentran oportunidades fuertes que se deben mantener y aprovechar, pero asimismo poner mayor énfasis en las amenazas encontradas para convertirlas en oportunidades.

Conclusiones del Análisis Externo

- ✓ El gobierno realiza incentivos a nuevos proyectos que realicen actividades amigables con el medio ambiente.
- ✓ La Ley de Comunicación, que se encuentra en vigencia más de tres años contempla entre sus puntos el fortalecimiento de la industria publicitaria y por ende la moda en Ecuador
- ✓ Se ha marcado un gran incremento de que los niños aprovechen el tiempo libre, según el Ministerio de Educación ha disminuido las tareas.
- ✓ La educación del cuidado del medio ambiente utiliza innovaciones tecnológicas para generar la cultura de responsabilidad social y preservación del medio ambiente como programas, alternativas de uso y disminución de artículos contaminantes.
- ✓ En Quito existen 576.689 niños de 1 a 14 años de edad que son un mercado potencial para el proyecto de agencia de modelos.
- ✓ La inversión inicial se encuentra entre \$40.000 y \$60.000 según las especificaciones de dos agencias ya que contemplan aspectos como: estudio fotográfico, infraestructura, capital humano etc.
- ✓ El aspecto legal cuida de manera excesiva la imagen de los niños en medios publicitarios.
- ✓ La tasa de crecimiento en las dos industrias tejidos/confecciones y enseñanza que sustentan la moda en Ecuador en promedio anual es de 2.66% y las ventas de la agencia de modelos con más antigüedad en el país tiene un crecimiento promedio anual de 2.21%.

3 CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL CLIENTE

3.1 Investigación *cualitativa*- ENTREVISTAS

3.1.1 Entrevista a Expertos

En este segmento se brinda una perspectiva más específica sobre el giro del negocio en estudio en donde se entrevistó a dos personas que son dueños de agencias de modelos que llevan en el medio aproximadamente 20 años, que han superado problemas en la industria de la moda y modelaje, además comportamientos del cliente, tendencias, requerimientos de funcionamiento, entre otros.

- Para empezar, se entrevistó al Señor Pietro Pólit el día sábado 20 de Mayo del 2017 es gerente y dueño de la Agencia DIS (fashion school) que lleva en el medio desde sus 14 años y actualmente tiene 40 años es decir posee una carrera de varios años en esta Industria.

Dentro de las preguntas realizadas, el Señor Pólit menciona que es complicado iniciar una agencia de modelos porque en un principio en Ecuador se tenía la idea errónea que una persona que se dedica al modelaje es una persona superficial y que no se debe tomar en cuenta como una carrera, por otra parte, iniciar en este negocio se debe ser astuto y poseer gente especializada en varios campos que incluye un pensum del modelaje. En la actualidad el señor Pólit mencionó que cada vez más personas de todas las edades observan el modelaje, fotografía y todo lo que tiene que ver con el la Industria de la moda como una carrera en donde cada día se aprende más cosas y se convierten en profesionales; mencionando también que los niños juegan un papel importante en el medio ya que los clientes en este caso serían todas las empresas que utilizan comerciales, fotografías para dar a conocer el producto o servicio brindado buscan cada vez más y más a niños ya que en estudios realizados recientemente, dentro del comportamiento del consumidor los niños desde temprana edad deciden que les gusta y que no, es decir son más desenvueltos y aptos para decir a sus padres que quieren y que no. Se preguntó también qué preguntan los padres de familia antes de iniciar el curso y la respuesta fue la duración del curso, que se enseña, personas especializadas con niños y el costo. Al iniciar con la agencia el Señor Pólit dijo que un niño aprende mucho más rápido que un adulto y que ellos podían fácilmente el curso en un mes,

pero en Ecuador las personas que escuchan cursos de un mes no lo toman con la misma seriedad es por eso que implementar nuevas actividades es fundamental para generar un curso completo y cuidar el pensum como en la SETEC; un punto importante a mencionar es que el inició con 20 personas su curso de modelaje y al siguiente mes tuvo 23 inscritos. Sr. Pietro recalcó es que este tipo de actividades vuelven a los niños más amigables, desenvueltos y seguros; una agencia competitiva en sus costos ya que en otras agencias el costo mensual es de \$200+ inscripción + uniforme + pasarela de graduación con una duración de 3-5 meses en donde el costo total sobrepasa de \$1000 es por eso que la Agencia DIS prefiere optar por un curso de 3 meses y medio y con un valor de casi la mitad porque el fin no es dar un curso caro es enseñar a ser modelos profesionales y que la industria crezca en el Ecuador. El Señor Pietro concluyó que algunas ventajas encontradas en el negocio del modelaje es que se genera bastante relación con empresas y personas que deseen promocionar sus productos, además de seguir creciendo como industria, hacer que las personas modelos sean más desenvueltas y seguras, es un negocio rentable y que falta por explotar e innovar. Por otra parte, algunas de las desventajas que mencionó el señor Pólit es que, existe bastante desconocimiento de lo que realmente es ser modelo, falta de trabajo en equipo entre agencias, modelos desleales y que Ecuador en general se encuentra enfrentado por momentos difíciles que perjudican los ingresos.

- En Segundo lugar, se entrevistó a Luisa Castaño el día 27 de mayo del 2017, es modelo y administradora de GIA Models ella se dedica al modelaje desde temprana edad, actualmente tiene 25 años.

Con ella los temas a tratar fueron: actualidad en el modelaje niños, innovaciones en los pensum es decir nuevas actividades no solo con modelaje si no con cultura, actualidad, etc. Luisa recalca que el estilo propio y tener una personalidad definida ayuda a superar con mayor facilidad los problemas existentes. Luisa menciona que la agencia que ella administra es nueva y que es difícil salir en este mercado porque existen sitios como CN y DIS que llevan varios años en esta industria Por otro lado, menciona que en el mundo de la moda cada vez aparecen modelos de temprana edad que se vuelen un ícono como es el caso de Kristina Pimenova, Pavaga Anna, Valentine entre otros y que a la vez los niños en la actualidad manejan la tecnología fácilmente llegan

a observar a estos niños famosos provocando admiración y ganas de ser igual o más famosos, por esta razón Luisa tuvo 18 inscritos para el curso respectivo y lo más importante a mencionar es que Luisa considera fundamental el adecuado trato a los niños que se necesita gente preparada. Una de las clases importantes para un niño/a es el manejo adecuado de los castings con el fin de aumentar el desenvolvimiento escénico y confianza en sí mismos. Para finalizar Luisa cuenta que se deben aplicar estrategias cuando es temporada de clases y vacaciones con promociones llamativas en el precio, tiempos, duración, facilidades de pago etc.

Las dos entrevistas a expertos permite tener una mejor orientación de cómo está la Industria y la realidad que se vive día a día en el negocio de una agencia de modelos, que como otra empresa necesita permisos de funcionamiento, además de tener respaldos como la SETEC para cuidar el pensum, generar actividades nuevas e innovadoras acompañadas al modelaje, alianzas estratégicas para trabajar en conjunto, problemas existentes, competitividad, lugar estratégicos, promociones, como llegar al cliente y el precio; permitiendo tener bases sustentables para crear una agencia acorde a las necesidades del mercado y que sea rentable en el tiempo.

3.1.2 Análisis del grupo focal (Focus Group)

El desarrollo del Focus Group se realizó el día sábado 3 de Junio del 2017 con 8 personas es decir dos parejas de padres de familia con hijos de edades de 4 a 6 años y también colaboración en esto padres de familia con sus hijos de 10 y 12 años respectivamente, en donde el objetivo es conocer a profundidad las preferencias de los consumidores ante una agencia de modelos de niños.

Para comenzar se realizó una pregunta de qué es lo que piensan de una agencia de modelos para niños en donde se concluyó que es una actividad donde los niños desde pequeños pueden empezar a trabajar mientras se divierten aprendiendo a ser más abiertos y sociables; otro comentario fue que es un mundo todavía incierto para niños por tantos peligros encontrados actualmente como el maltrato, los niños presentes mencionaron que les parece interesante participar en fotografías y verse como imagen de alguna marca importante. Otro punto a estudiar en el focus group fue directamente a los padres de que tan bien ocupan el tiempo libre sus hijos en donde se concluyó que la mayoría utiliza a ese tiempo en videojuegos y el celular. El tercer punto a

tratar fue en costumbres ellos realizan para cuidar el medio ambiente y si eso transmiten a sus hijos concluyendo en que lo máximo que ellos realizan es clasificar la basura y cuidar el agua, pero por el trabajo y las ocupaciones es difícil transmitir y realizar actividades amigables con el medio ambiente con sus hijos. El cuarto punto fue si estarían de acuerdo en cambiar por algo más productivo el tiempo libre de sus hijos en donde se concluyó que si sería importante que sus hijos aprendieran actividades interesantes y entretenidas como el modelaje en su tiempo libre. El quinto punto a mencionar fue que dentro de la enseñanza del modelaje fomentar a una cultura amigable con el medio ambiente en donde dieron su opinión los padres y los hijos diciendo que si sería primordial aprender cómo cuidar el medio ambiente con prácticas fáciles de hacer día a día empezando desde el hogar mientras aprovechan su tiempo en una actividad extraescolar como es el modelaje.

3.2 Investigación Cuantitativa – ENCUESTAS

Se realizó una investigación exploratoria por medio de encuestas en donde se pretende observar el comportamiento del mercado ante una agencia de modelos para niños con educación integral en cuidado del medio ambiente. Se realizó las encuestas a una muestra no probabilística en donde el investigador usó su criterio para escoger la muestra y obtener la información esperada por padres y madres de familia que en la actualidad invierte en actividades extraescolares y con sus respectivos hijos que van desde los 4 años hasta los 12 años. El fin de la encuesta es poder brindar directrices para elaborar estrategias de marketing y el análisis financiero. Se enviaron 112 encuestas en donde fueron contestadas 67 con un error de 4 encuestas que no fueron contestadas en su totalidad.

A continuación, se presentan los resultados:

La muestra fue elegida por personas encargadas de agencias de modelos que poseen conocidos que específicamente son padres y madres de familia con niños y niñas que constantemente involucran a sus hijos en actividades extraescolares. Se presenta una mayoría en madres de familia con 53.7%, además de edades entre 25 a 38 años en su mayoría que viven principalmente en el norte de Quito y Cumbayá. Personas que en la mayoría no se encuentran casados/as, su ingreso mensual se encuentra entre \$800 - \$3000 con 1-2 hijos de edades aproximadas de 4 a 9 años que tienen tiempo libre. Los

padres/madres dan una respuesta positiva del 92.1% en invertir en actividad extraescolar principalmente en modelaje e idiomas, además consideran que ayudan a sus hijos en el desenvolvimiento, la mayoría conocen a las agencias CN Modelos y DIS, consideran que una educación integral en el cuidado del medio ambiente es importante y que están muy de acuerdo en que las realicen. Por otro lado, el horario escogido en clases es de 4-6pm y en vacaciones de 10am - 12pm, el precio a pagar se encontraría en el rango de \$400 a \$650 por tres meses, también la agencia se encontrará en el norte de Quito y se hará conocer mediante redes sociales. Las gráficas de la encuesta se encuentran en el ANEXO 2

Edad
67 respuestas

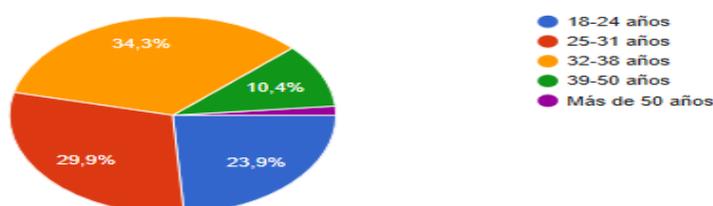


Figura 4: Edad

El 34.3% de los encuestados se presentan en edades de 32 a 38 años seguido del 29.9% entre las edades de 25 a 31 años. Son padres y madres de familia relativamente jóvenes que se encuentran trabajando y llevan una vida agitada en donde muestran interés en que sus hijos aprovechen el tiempo libre después de la escuela.

Dónde vive?
67 respuestas

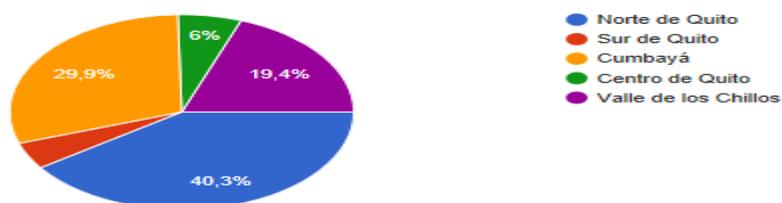


Figura 5: Sector de vivienda

Los dos sectores donde se encuentran los encuestados, 40% vive en el Norte de Quito y un 29.9% vive en Cumbayá; siendo este un indicio para conocer el sector en donde se encontrará la agencia de modelos para niños y que este se encuentre cerca del hogar.

Cuál es su ingreso mensual?

63 respuestas

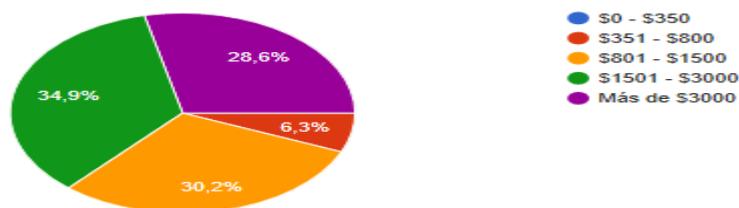


Figura 6: Ingreso mensual

El 34.9% de los encuestados percibe un ingreso mensual entre \$1.501 a \$3.000 seguido del 30.2% con \$801 a \$1.500; permitiendo conocer que los padres y madres de familia. Siendo este un dato importante ya que una buena parte de los ingresos lo distribuyen a la educación de sus hijos.

En qué rango de edad se encuentran sus hijos?

63 respuestas

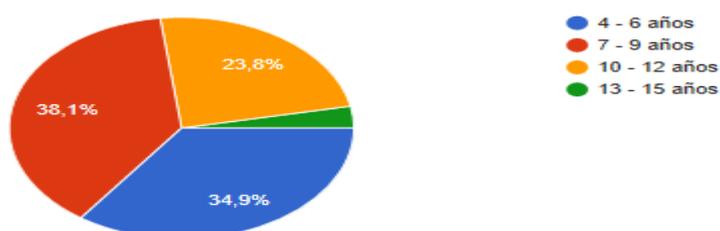


Figura 7: Edad hijos

El 38.1% de las personas encuestadas tienen hijos de edades aproximadas de 7-9 años seguidos de hijos de edades inferiores de 4-6 años que pertenecen al porcentaje de 34.9%. Ambos porcentajes pertenecen al mercado meta del plan de negocios.

Considera que su hijo/a tiene tiempo libre?

63 respuestas

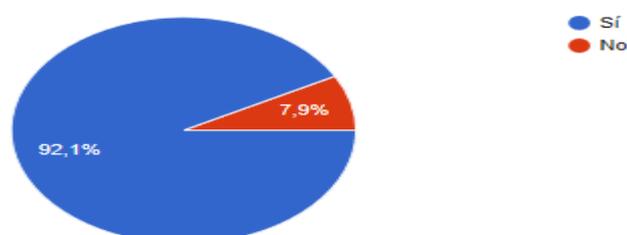


Figura 8: Tiempo libre

El 92.1% de los padres y madres de familia consideran que sus hijos tienen tiempo libre después de realizar sus estudios en la escuela, permitiendo ser

esta una oportunidad de brindar un servicio que permitan que los niños y niñas aprovechen el tiempo libre en actividades que incentiven su desarrollo.

Estaría dispuesto a invertir en una actividad extraescolar?

63 respuestas

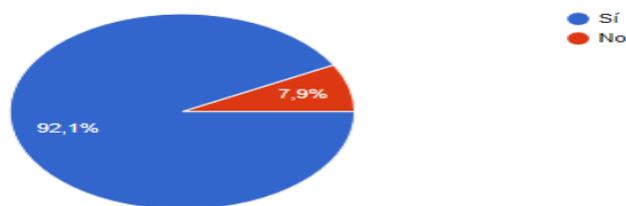


Figura 9: Inversión actividad extraescolar

Los padres y madres de familia encuestados presentan una apertura positiva en la inversión de actividades extraescolares para sus hijos.

Qué actividad extraescolar llama su atención para sus hijos?

63 respuestas

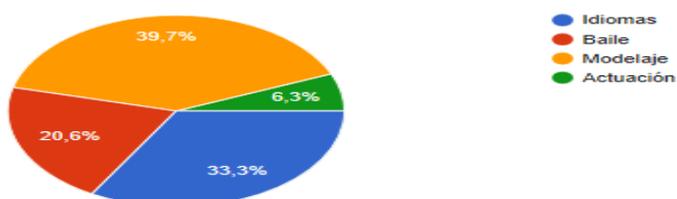


Figura 10: Tipo de actividad extraescolar

A continuación de las preguntas anteriores, los encuestados presentan interés en las siguientes actividades extraescolares como: baile 20.6%, idiomas 33.3% y un 39.7% al modelaje.

Está usted de acuerdo que su hijo/a estuviera en una agencia de modelos y que se realice actividades para el cuidado ambiental?

62 respuestas

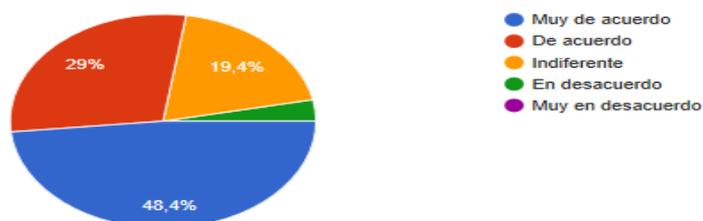


Figura 11: Interés en el cuidado ambiental

Para los encuestados tuvieron una respuesta positiva en estar **Muy de acuerdo** en que sus hijos realicen actividades que están involucrados en el

cuidado del medio ambiente, siendo este un aspecto favorable ya que es la esencia del plan de negocios.

A qué precio dentro de este rango (\$350-\$850), consideraría una agencia de modelos para niños con educación en cuidado del medio ambiente que posee una duración de tres meses, como muy barato que le haría dudar de inscribirlo/a?

62 respuestas

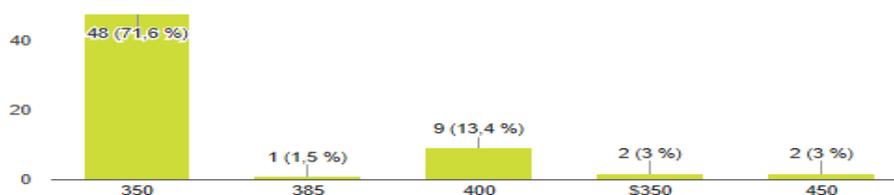


Figura 12: Precio muy barato

Los encuestados dieron un valor a pagar a una actividad extraescolar como muy barato que dudaría en inscribir a sus hijos que fue de \$350 con un 71.6%.

A qué precio dentro de este rango (\$350-\$850), consideraría una agencia de modelos para niños con educación en cuidado del medio ambiente que posee una duración de tres meses, como muy caro para inscribirlo/a?

63 respuestas

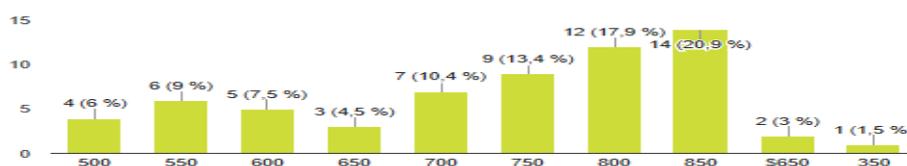


Figura 13: Precio muy caro

Los encuestados dieron un valor a pagar a una actividad extraescolar como muy caro para inscribir a sus hijos que fue de \$850 con un 20.9%.

A través de cuál de los siguientes medios, le gustaría recibir información sobre la agencia de modelos para niños?

63 respuestas

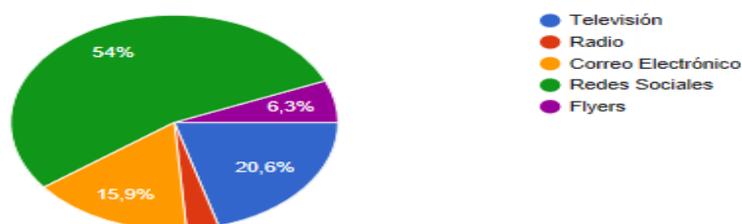


Figura 14: Medios de información

En la actualidad las personas pueden encontrar información de su interés en redes sociales y los encuestados con un 54% afirmó esta teoría.

Análisis de tabla de correlación y tablas dinámicas

La tabla de correlación para el presente proyecto permite encontrar la relación entre dos variables o entre todas al mismo tiempo, en donde las correlaciones más importantes se tomaron datos que están cerca de 1 y -1 resaltados en azul; a continuación, se presentan tablas dinámicas con análisis para predecir el comportamiento de compra del cliente. Las tablas dinámicas explicando la relación de las variables más relevante se encuentra en el ANEXO 3.

En la tabla dinámica 1 muestra en la columna izquierda la edad de las personas y en la fila la edad de los niños y niñas, en donde se puede observar que las personas entre 18-24 años de edad poseen hijos entre 4-6 años, personas de 25-31 años y 32-38 años tienen hijos entre 7-9 años, permitiendo tener un gran segmento de mercado porque son hijos pequeños en donde Eco Little Model se quiere enfocar.

En la tabla dinámica 2 muestra la relación entre la importancia de una educación integral en cuidado del medio ambiente y si estaría dispuesto en que los niños y niñas reciban esta educación, en donde se puede observar que los padres con 52 respuestas de 62 están de acuerdo y consideran que tiene una gran importancia este tipo de educación para los niños/as. Siendo este un factor favorable para la agencia porque predice un comportamiento positivo en adquirir este servicio.

En la tabla 3 muestra la relación entre invertir en este tipo de actividades y si está o no de acuerdo en que esto se enseñe en actividades extraescolares, en donde se concluye con 58 respuestas de 63 que si están dispuestos en invertir y que se encuentran muy de acuerdo en este tipo de actividades extraescolares que se enseñen a sus hijos, prediciendo un comportamiento positivo ante el proyecto.

En la tabla 4 otro factor importante a analizar es el salario de los padres y madres de familia para poder predecir si el servicio se encuentra accesible, en donde los encuestados revelaron que su salario se encuentra entre \$1501-\$3000 seguido de \$801- \$1500 y más de \$3000, permitiendo saber que estos salarios permiten acceder a que sus hijos reciban una actividad extraescolar y que aprovechen el tiempo libre aprendiendo nuevas destrezas.

4. CAPÍTULO IV: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La oportunidad de negocio del presente trabajo de titulación se encuentra sustentada por una serie de variables externas que permiten conocer la viabilidad del presente plan; con un análisis profundo de Pest y Porter.

El servicio a ofrecer es una agencia de modelos para niños con una educación integral en el cuidado del medio ambiente, es decir fomentar desde temprana edad la cultura y concientización con el cuidado del planeta con actividades fáciles de realizar y divertidas para los niños.

El servicio tiene una facilidad en inversión inicial, un mercado por explotar con atributos diferentes por lo que se considera atractivo para la industria.

4.1 Descripción de la Oportunidad de Negocio

En primer lugar, se ha encontrado factores gubernamentales que motivan a la creación de negocios que realicen o promuevan la cultura al cuidado del medio ambiente, pero así mismo la ley de comunicación vigente hace un tiempo atrás en su momento fortaleció la publicidad, pero tras las dificultades que ha atravesado el país esto ha generado conflictos que afectó a las industrias que promueven la moda como son textiles/confecciones y publicidad. En el aspecto económico las industrias antes mencionadas en promedio no aportan con una cifra considerable al PIB de la economía ecuatoriana y falta de crecimiento por tanto hace que la industria de la moda se vea poco atractiva, pero realizando un análisis sobre ventas netas realizada por la agencia con más antigüedad tuvo un crecimiento año a año de más del 2%, otro enfoque esencial a mencionar es el aspecto social que ahora los padres de familia prefieren que sus hijos se encuentren realizando actividades y no se encuentren solo en videojuegos, celulares, etc. El ministerio de educación al realizar reforma sobre la disminución de envío de tareas al hogar es una oportunidad que se genera; en el aspecto tecnológico la nueva inversión en maquinaria realizada al sector textil permite a más diseñadores el querer mostrar sus confecciones en donde esto causa un incremento en la moda ecuatoriana. El análisis Pest se concluye que a pesar de que el sector se ha visto estancado existen otras alternativas que impulsan a su desarrollo e innovación en nuevos proyectos.

Otras variables a considerar es el análisis Porter que arroja los siguientes resultados, la industria como tal tiene un poco crecimiento pero los medios de comunicación y las marcas cada vez más realizan su publicidad involucrando a

niños y niñas teniendo un enfoque de cuidar su imagen y desarrollo, por otra parte es tan importante desde ahora generar una cultura en el cuidado del medio ambiente que desde pequeños se debe inculcar y los padres de familia se encuentran plenamente interesados en fomentar en sus hijos actividades que motiven a su crecimiento y desarrollo profesional y personal. En conclusión el modelaje en Ecuador tiene como principales agencias a un número pequeño, en donde los mismos se enfrentan día a día con más exigencias de los clientes en donde se requiere un capital considerable con el fin de enseñar adecuadamente la profesión del modelaje; la oportunidad de negocio observada es que el modelaje en niños es poco explotado pero cada vez más se observa anuncios y comerciales publicitarios la presencia de los mismos en donde existe un mercado potencial de 576.689 niños en Quito (INEC, 2012) en donde el 19.7% realiza actividades extraescolares como modelaje, actuación e idiomas en donde los padres y madres de familia que están a cargo de los mismos y tienen capacidad económica, el mercado objetivo es 113.608 siendo una gran fortaleza para fomentar el crecimiento del sector.

En segundo lugar, el análisis del cliente se realizó para comprobar la factibilidad del presente plan de negocios. Para empezar la investigación cualitativa se realizó dos entrevistas a personas que manejan agencias de modelos y han trabajado como modelos de varias marcas publicitarias en donde mencionan que es una industria nueva en el Ecuador pero a medida que aumentan sectores como la confección; más y más diseñadores desean mostrar sus prendas de vestir así mismo en anuncios publicitarios la presencia de los niños causa impacto positivo al mercado provocando que los niños puedan realizar estas actividades extraescolares con o un medio para aprender a desenvolverse y ser más seguros de sí mismos. Otro punto que mencionan es que es un mercado no saturado que puede ser innovado pero que se debe cuidar ya que es vulnerable por la falta de ética laboral en el medio. En el lado del focus group la oportunidad encontrada es que los padres de familia se encuentran interesados en que sus hijos al tener tiempo libre realicen actividades que contribuya a su desarrollo personal, profesional y que a la vez se cultive desde pequeños al cuidado del medio ambiente. Por último, la oportunidad encontrada en las encuestas es que en un 92.1% los padres de familia están dispuestos a invertir en una actividad extraescolar y de estos un

39.7% tienen en cuenta como opción al modelaje y con gran aceptación a las actividades que generen cultura para cuidar el ambiente.

Para finalizar se puede observar que lo expuesto anteriormente en el análisis externo y del cliente, la creación de una agencia de modelos con una educación integral en cuidado del medio ambiente ubicada en la ciudad de Quito es una gran oportunidad para ingresar a un mercado nuevo con tasas positivas de crecimiento, brindado un servicio que se encuentre a la altura para cumplir con las expectativas y necesidades del cliente.

5. CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING

5.1 Estrategia general de marketing

La estrategia general de marketing que se va a implementar con el fin de alcanzar el posicionamiento del servicio en Ecuador específicamente en la ciudad de Quito es la diferenciación ya que en el mercado actual de la moda en el país no se encuentra agencias exclusivas para niños y además que posea una educación integral en el cuidado del medio ambiente.

La estrategia fue determinada ya que el servicio a ofrecer presenta un factor diferenciador que es el desarrollo en los niños y la implementación de cultura para cuidar el planeta con prácticas divertida para los niños y útiles en la vida diaria, entre otras cualidades que las agencias actuales no las tienen en el mercado. Las agencias de modelos para niños aparte de contribuir en su desarrollo, desenvolvimiento, seguridad y estilo; es una profesión que se ejerce durante un largo periodo de tiempo, además que en la actualidad se debe promover la cultura y concientización en el cuidado ambiental. Por otra parte, el servicio a brindar tiene certificación que otra a los niños y niñas modelos profesionales otorgado por la SETEC siendo este un respaldo y seguridad en el trabajo.

5.1.1 Mercado objetivo

La adecuada selección del mercado objetivo es esencial para que el servicio expuesto sea dirigido al público correcto generando un grado mayor de aceptación.

El mercado meta del plan de negocios se encuentra de la siguiente manera

- Niños y niñas que se encuentren en edades de 4 a 12 años que en total son **113.608** en Quito.

La segmentación de este grupo de personas se realizó por la necesidad del mercado en este caso diseñadores, marcas publicitarias para anunciar sus productos o servicios y padres de familia interesados en que sus hijos aprovechen su tiempo libre.

Tabla 5: Mercado objetivo

Mercado Objetivo		Mercado Objetivo	
Variable	Población	Variable	Población
Geográfico		Geográfico	
Población total en Quito	2.239.191	Población total en Quito	2.239.191
Total población zonal	2.239.191	Total población zonal	2.239.191
Demográfico (Hombres y Mujeres)		Demográfico (Hombres y Mujeres)	
Niños de 1 a 14 años	576.689	entre 19 a 64 años	1.314.408
Total población demográfica	576.689	PEA 63%	828.077
Conductual		Padres y madres ubicadas en el Norte de Quito	
Realizan actividades extraescolares	113.608	Total población demográfica	476.192
Mercado objetivo	113.608	Nivel socioeconómico	
		Medio (C+) 22.8%	133.334
		Medio alto (B) 11.2%	53.333
		Alto (A) 1.9%	9.048
		Total nivel socioeconómico	195.715
		Conductual	
		Invertir en actividad extraescolar	180.253
		Mercado Objetivo	273.794

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

5.1.2 Propuesta de valor

El servicio brindado de la agencia de modelos para niños es que además de aprender esta linda profesión del modelaje logra contribuir al Desarrollo Personal de los niños/as es decir genera confianza, seguridad, desenvolvimiento, carisma, actitud, estilo en los niños que se combina con una necesidad de aprender desde temprana edad sobre el cuidado del medio ambiente con prácticas fáciles de hacer y que se puede implementar en el hogar como son: juguetes con materiales reciclados, sembríos y gincana ecológica permitiendo que los niños aprovechen su tiempo libre después de la escuela y además fomentar la

cultura de cuidar proteger al planeta y su ambiente. Por otro lado, la agencia cuida la imagen y desarrollo de los niños totalmente al momento de que sean contratados para marcas publicitarias o desfiles.

5.1.2.1 **Factores diferenciadores – Ventaja Competitiva**

Según Michael Porter lo esencia es ser diferente y ofrecer una mezcla única de valor. La ventaja competitiva del servicio posee un sustento en la jerarquía de valor del servicio ante el consumidor.

Tabla 6: Factor diferenciador

Beneficio Central	Aprovechar el tiempo libre, motivación al cuidado ambiental.
Servicio Básico	Modelaje, fotografía, pasarela, actividades ambientales.
Servicio Esperado	Agencia de modelos para niños, aprovechar el tiempo libre, cuidado de la imagen de los niños en medios publicitarios, generar niños seguros y desenvueltos, actividades ambientales entretenidas.
Servicio Aumentado	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje completo del modelaje • Manejo adecuado de castings • Actuación para comerciales • Indicación de posturas corporales para fotos publicitarias y alta costura • Infraestructura amigable con el medio ambiente para recibir clases • Instructores capacitados para enseñanza de niños • Book fotográfico y certificado al final del curso • El servicio tiene alto contenido, en generar niños seguros, desenvueltos, carismáticos, profesionales en modelaje y que puedan identificar un estilo propio • Ubicación central en el Norte de Quito • Fabricación de juguetes con materiales

	<p>reciclados aumentando el nivel de motricidad de los niños</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al desarrollo de los niños e inculcar una cultura de concientización en cuidado ambiental. <p>Página web y redes sociales en donde se colocará:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información acerca de castings • Tips de actividades en casa amigables con el ambiente • Promociones del curso • Registro de sugerencias • Espacio de reclamos y soluciones.
<p>Servicio Potencial</p>	<p>En un futuro, la agencia de modelos podría tener sucursales en las principales ciudades del país por formar niños y niñas capaces de ser profesionales en el modelaje y que desde pequeños tengan la cultura en cuidado del planeta desarrollando sus capacidades personales y profesionales.</p>

5.1.2.2 Estrategia general de posicionamiento.

Estrategia: "Más por lo mismo"

El sustento de esta estrategia es que este servicio brinda un factor diferenciador que es generar la cultura en cuidado del medio ambiente desde pequeños realizando actividades que motivan e incentivan a ser más conscientes con los recursos que proporciona el planeta y el lado profesional y ético del modelaje. Además, se resalta las características que posee el servicio aumentado que lo convierte en un servicio élite ante la presencia de otros similares.

5.1.2.3 Declaración de posicionamiento

Para los padres de familia que se encuentran en la búsqueda de una actividad extraescolar que posee varios beneficios no solo en el desarrollo profesional sino en el desarrollo personal de sus hijos; para los niños y niñas que desean

conocer sobre el modelaje y la cantidad de oportunidades que se brinda en esta profesión y para los diseñadores y marcas publicitarias que están en busca de nuevos rostros para dar a conocer sus diseños y servicios. Eco Little Model es una solución a la necesidad de encontrar actividades extraescolares que contribuyan al desarrollo profesional – personal y a la demanda de clientes que buscan promocionar sus productos o servicios con la presencia de niños y niñas.

5.2 Mezcla de marketing

5.2.1 Producto/Servicio

5.2.1.1 Branding

El nombre seleccionado para la empresa es ECO LITTLE MODEL, a pesar de que se trata de un nombre en inglés estas palabras no son desconocidas en la ciudad de Quito, además es importante mencionar que el enfoque principal de la empresa es formar una cultura en el cuidado del medio ambiente mientras se realizan actividades y aprendizaje en el modelaje. El nombre comercial está conformado por la palabra “Eco” que se refiere a ecológico es decir amigable con el medio ambiente junto con las palabras “Little Model” que en español se refiere a pequeño modelo que hace referencia a los niños que se encontrarán en la agencia de 4 a 12 años.

5.2.1.2 Logo



Figura 15: Logo

El logo de la empresa es muy importante para captar la atención de los clientes en donde el mismo transmita el giro del negocio. Se elaboró con el color principal un color verde que hace referencia a la naturaleza junto con colores

tierra que significan elegancia, estilo y diversión. Por otra parte, como imagen principal son niños modelos.

5.2.1.3 Características del Servicio

Como parte principal del negocio se trata de una agencia de modelos en donde dentro del pensum a realizar para niños se trata de pasarela y postura, manejo de casting, personalidad y estilo, fotografía, relaciones públicas y por otro lado dentro de las actividades principales para generar y aprender una cultura en el cuidado del medio ambiente se trata de gincana ecológica, juega y recicla, huertos orgánicos. Es importante mencionar que este servicio posee tres factores importantes para que tanto los padres de familia y niños se encuentren satisfechos con los resultados que son los siguientes: seguridad, entretenido y lo más fundamental el aprendizaje del mismo para considerar una carrera a futuro.

Para brindar el servicio se requiere de insumos los cuales serán adquiridos de las siguientes empresas:

- Novicompu: Tecnología (cámaras fotográficas, video, computadoras)
- Distribuidora GAMA: Artículos para oficina
- Agripac: Semillas hortalizas, verduras, frutas, etc.
 - Agencias de publicidad
- Dupla agencia creativa
- Aingae
- Ecuapublicidad

5.2.1.4 Atributos

El aspecto importante considerando como guía al autor Lambin es que para poder determinarlos es conocer sobre la ventaja o beneficio que está buscando el cliente ya que aquí determina el criterio de selección en donde Eco Little Model posee varios beneficios es decir se aplica un desarrollo del servicio (mejora del servicio) existentes actualmente en el mercado; empezando porque los niños se desarrollen psicológicamente de una manera adecuada, ocupen su tiempo libre en actividades de aprendizaje, mayor desenvolvimiento y seguridad, lugar amplio con personas especialistas en enseñanza a niños,

convenios exclusivos para que los niños sean imágenes en marcas reconocidas, actividades divertidas y amigables con el medio ambiente.

5.2.1.5 Soporte

La página web de Eco Little Model adicionalmente funcionará como un servicio post venta ya que es esencial que el cliente reciba información nueva y sobre todo que pueda proporcionar recomendaciones y sugerencias con el fin de cumplir con un servicio excepcional.

5.2.2 Precio

5.2.2.1 Precio de venta

En el presente plan de negocios Eco Little Model tendrá presente que en la mente del cliente uno de los factores primordiales es el precio a pagar por el servicio, por ende en la encuesta realizada anteriormente se establecieron cuatro variables que son “tan caro”, “caro”, “tan barato” y “barato” y mediante los valores que proporcionaron los encuestados se eligió el método Van Westendorp para determinar el precio de venta que entre dos variables que son tan barato y tan caro se estable un precio de \$550, a continuación, se encuentra la gráfica:

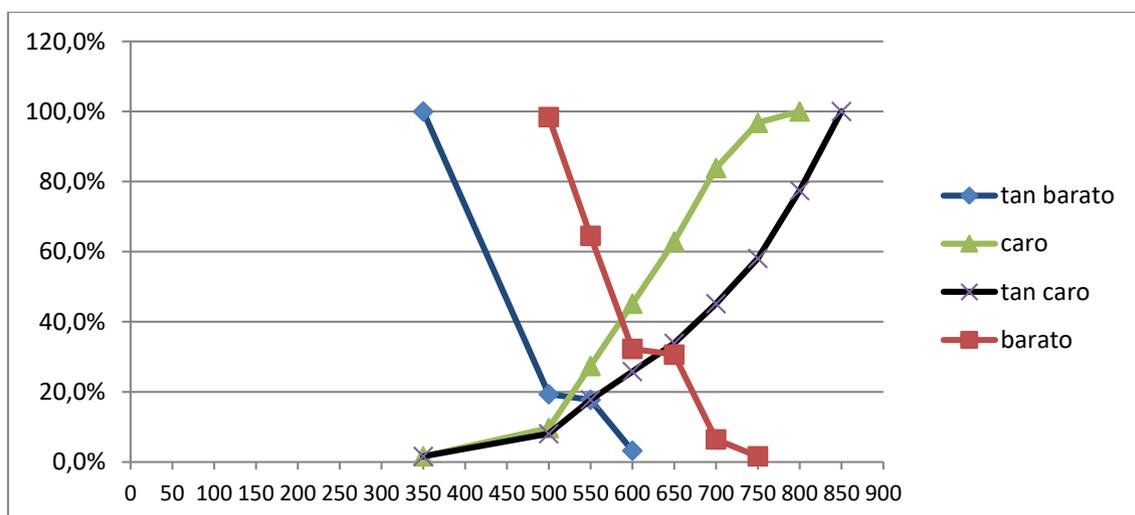


Figura 16: Precio establecido

Es importante mencionar que el precio establecido es un total del curso que tiene una duración de tres meses, por otro lado, se aplica la estrategia de valor percibido y valor agregado por el cliente ya que el propio cliente indicó los factores que dan valor en las agencias de modelos, además del plus de

aprender sobre el cuidado ambiental realizando actividades recreativas y divertidas para los niños.

5.2.2.2 Estrategia de entrada

Lo expuesto anteriormente, se identificó que el mercado objetivo adquiere el servicio para sus hijos por un precio de \$550 por una duración de 3 meses. Por otra parte, los precios de la competencia son \$550 a \$1000 de igual o menor duración del curso. Es por esta razón que la estrategia adecuada para la fijación de precio es la penetración ya que la finalidad es que los clientes se sientan atraídos por la calidad y beneficios del servicio más no por un precio alto, dejando a un lado la competencia existente en el mercadeo. Adicionalmente, esta estrategia es la correcta y adecuada para cumplir una cuota considerable en el mercado e incrementar el volumen de ventas desalentando a la competencia (Nungaray, 2015).

5.2.3 Plaza

Estrategia de Distribución exclusiva ya que en el servicio brindado se busca una diferenciación en factores esenciales como son la seguridad, aprendizaje, exclusividad y alta calidad es por esta razón que se implementa nuevos métodos de enseñanza a los niños con el fin de que se obtenga el resultado de aprendizaje de modelaje y cuidado ambiental para los niños y que los padres posean la confianza de incentivar a sus hijos de realizar estas actividades extraescolares.

5.2.3.1 Punto de Venta

Es importante mencionar que en este punto será directa ya que no se encontrará intermediarios o distribuidores considerando este aspecto una ventaja ya que los costos se reducen debido a que no existiría gastos extras para llegar al cliente final, la agencia se encontrará en un solo lugar y mediante el análisis de realizado en las encuestas, focus group y entrevistas estará ubicado en el norte de la ciudad de Quito, además los clientes pueden contactarse con la agencia mediante, redes sociales, vía telefónica, página web y correo electrónico para recibir información, proceso de inscripción, pensum, forma de pago entre otras variables. El lugar a utilizar es apto para realizar el curso de modelaje y además un sitio específico donde existe la capacidad para ejecutar las actividades de educación integral en cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, el horario escogido por nuestros encuestadores donde existiría una mayor demanda en temporada escolar es de 2-4pm y en temporada de vacaciones 10am-12pm, pero es importante mencionar que la agencia tendrá su horario de funcionamiento de 9:00h a 19:00H de lunes a viernes y los días sábados de 9:00H a 16:00H.

5.2.4 Promoción

5.2.4.1 Estrategia de Promoción

Para aplicar la estrategia adecuada conociendo que la venta se realizará de forma directa se aplicará una estrategia de promoción de aspiración o Pull ya que la empresa tiene como enfoque principal aplicar la estrategia para brindar una comunicación efectiva al cliente final y entablar una fidelización con la misma.

Al realizar el estudio de mercados se realizará una publicidad a través de redes sociales, página oficial de la agencia y comerciales para dar información sobre el factor diferenciador de la empresa.

Tabla 7: Proyección de costo de marketing anual y mensual

Redes sociales:	Costo mensual US\$.
Facebook	\$90
Instagram	\$170
Twiter	\$250
Página web PYME	\$193.99
Comercial en tv	\$ 100 por min
956.76	

PROYECCIÓN DE MARKETING ANUAL					
	1	2	3	4	5
Redes Sociales (Facebook - Instagram - Twiter)	\$ 6.120,00	\$ 6.188,54	\$ 6.257,86	\$ 6.327,94	\$ 6.398,82
Página web	\$ 193,99	\$ 196,16	\$ 198,36	\$ 200,58	\$ 202,83

Alquiler de stand y diseño	\$ 1.650,00	\$ 1.668,48	\$ 1.687,17	\$ 1.706,06	\$ 1.725,17
Certificación	\$ 840,19	\$ 849,60	\$ 859,12	\$ 868,74	\$ 878,47
Ferías de moda	\$ 2.511,16	\$ 2.539,28	\$ 2.567,72	\$ 2.596,48	\$ 2.625,56
Comercial TV	\$ 6.000	\$ 6.067,20	\$ 6.135,15	\$ 6.203,87	\$ 6.273,35
Gasto Total	\$ 17.315,34	\$ 17.509,26	\$ 17.705,38	\$ 17.898,67	\$ 18.104,20
Inflación Anual 2016 Ecuador	1.12%				

5.2.4.2 Publicidad

Difusión de información, actividades, casting, etc. Se realizará en una difusión en redes sociales específicamente Facebook e Instagram. Cabe recalcar, que las personas en la actualidad se encuentran bastante tiempo en redes sociales y visitando páginas web y fan page por lo cual es una oportunidad potencial utilizar esta herramienta para dar a conocer la agencia a los clientes.

En el punto de venta, para atraer a más clientes en temporada escolar realizar descuentos en inscripción y en temporada de vacaciones realizar nuevas actividades ecológicas recreativas para llamar la atención de los niños y sus padres.

5.2.4.3 Relaciones Públicas

El giro del presente plan de negocio es incentivar a la industria de la moda para fomentarla como una carrera a futuro, además de formar una cultura en el cuidado del medio ambiente dando una educación integral para la conservación de la naturaleza junto con actividades de alto aprendizaje, divertidas y seguras. Por esta razón Eco Little Model es fundamental que se vea relacionada con organizaciones y empresas involucradas en el medio como son marcas de ropa para niños, ministerio de educación, diseñadores de moda entre otros. En donde el objetivo primordial de estas relaciones es crecer la industria de la moda y realizar actividades extraescolares amigables con el medio ambiente.

CONCLUSIONES

1. Para iniciar una agencia de modelos el principal problema es la competencia ya que se encuentran desde que inició el modelaje en el Ecuador.
2. La nueva tendencia de llegar al consumidor es a través de los niños, en donde son requeridos para comerciales y fotos publicitarias de marcas.
3. Cada vez más niños ecuatorianos se involucran en el mundo de la moda por la facilidad de alcance e información de niños modelos famosos.
4. Padres y madres de familia consideran que las actividades extraescolares ayudan al desenvolvimiento de sus hijos.
5. Para poseer una ventaja competitiva de una agencia de modelos para niños es fundamental crear nuevas actividades que sean llamativas tanto para los padres como para los niños.
6. Las agencias por seguridad intelectual deben poseer respaldos, además realizar alianzas estratégicas para el crecimiento sustentable.
7. El precio tentativo del curso sería \$600 por una duración de tres meses.
8. Los padres, madres e hijos consideran importante aprender a cuidar el medio ambiente con prácticas fáciles, entretenidas y que se puedan realizar todos los días.
9. La agencia tendría una ubicación preferencial en el norte de Quito y se enviará información de la misma mediante redes sociales.
10. Es importante contar con personal especializado en el trato de los niños es decir personas pacientes y que enseñen a los niños/as las técnicas para ser un modelo profesional.

6. CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1 Misión

“Eco Little Model” es una agencia de modelos innovadora que pertenece a las industrias de moda y enseñanza cultural que va dirigido a niños y niñas de 4 a 12 años que tienden a realizar actividades extraescolares en la ciudad de Quito. Utilizamos metodologías de enseñanza exclusivas para niños y niñas en el mundo del modelaje además de inculcar actividades que generan una cultura en el cuidado del medio ambiente, brindando un servicio de calidad. Por otro lado, nos preocupamos por el bienestar y desarrollo de nuestro personal para lograr un crecimiento y estabilidad financiera de la agencia; junto a valores y principios como: respeto, transparencia, responsabilidad, trabajo en equipo.

6.1.2 Visión

“Dentro de 5 años ser la Agencia de modelos para niños que contenga una participación importante en el mercado de la moda en Ecuador; brindando el conocimiento necesario sobre el modelaje para el desarrollo personal y profesional de los niños y niñas, siendo esta una opción de carrera a futuro, velando por el bienestar de nuestros empleados junto a una concientización del cuidado ambiental, con un enfoque de honestidad, responsabilidad social y respeto.”

6.1.3 Objetivos

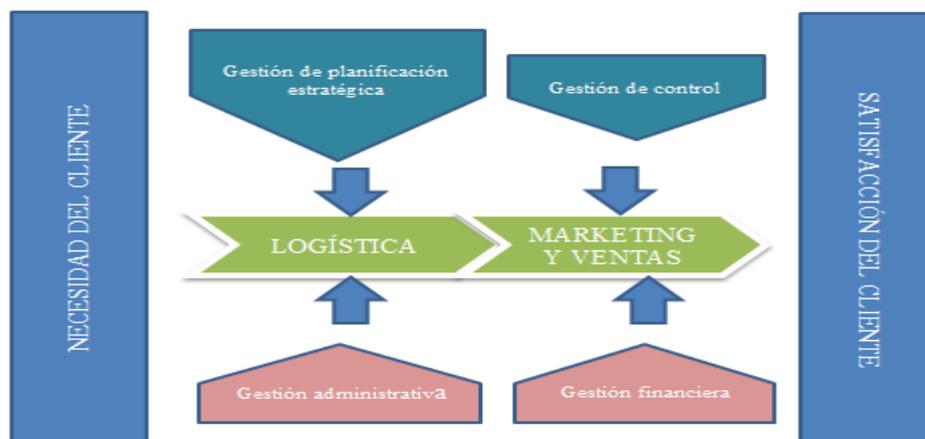
Tabla 8: Objetivos económicos y estratégicos

OBJETIVO-TIEMPO	ECONÓMICOS	ESTRATÉGICOS
Mediano Plazo (2-4 años)	En el tercer año tener un margen de utilidad del 8% indicado en los índices financieros.	A partir del tercer año aumentar el porcentaje de niños y niñas inscritos en la agencia en 3%, con relación al primer año.
Largo Plazo (5 años en adelante)	Lograr una rentabilidad de al menos 5% sobre el capital invertido.	Mejorar en un 25% los procesos educativos del modelaje y capacitación del personal.

6.2 Plan de Operaciones

6.2.1 Mapa de Procesos

Figura 17: Mapa de proceso



“El enfoque a procesos implica la definición y gestión sistemática de los procesos y sus interacciones, con el fin de alcanzar los resultados previstos de acuerdo con la política de la calidad y la dirección estratégica de la organización” (Sistemas de gestión de la calidad, 2015). Es importante mencionar que el mapa de procesos para Eco Little Model es esencial para tener un orden y control sobre variables que influyen al correcto funcionamiento de la misma, además que contribuye con el cumplimiento de los objetivos, en la figura 32 muestra que necesidad se va a satisfacer del cliente y como factores como marketing, ventas, administración, finanzas se involucran con el servicio de calidad final que obtendrá el cliente.

6.2.2 Proceso de curso de modelaje

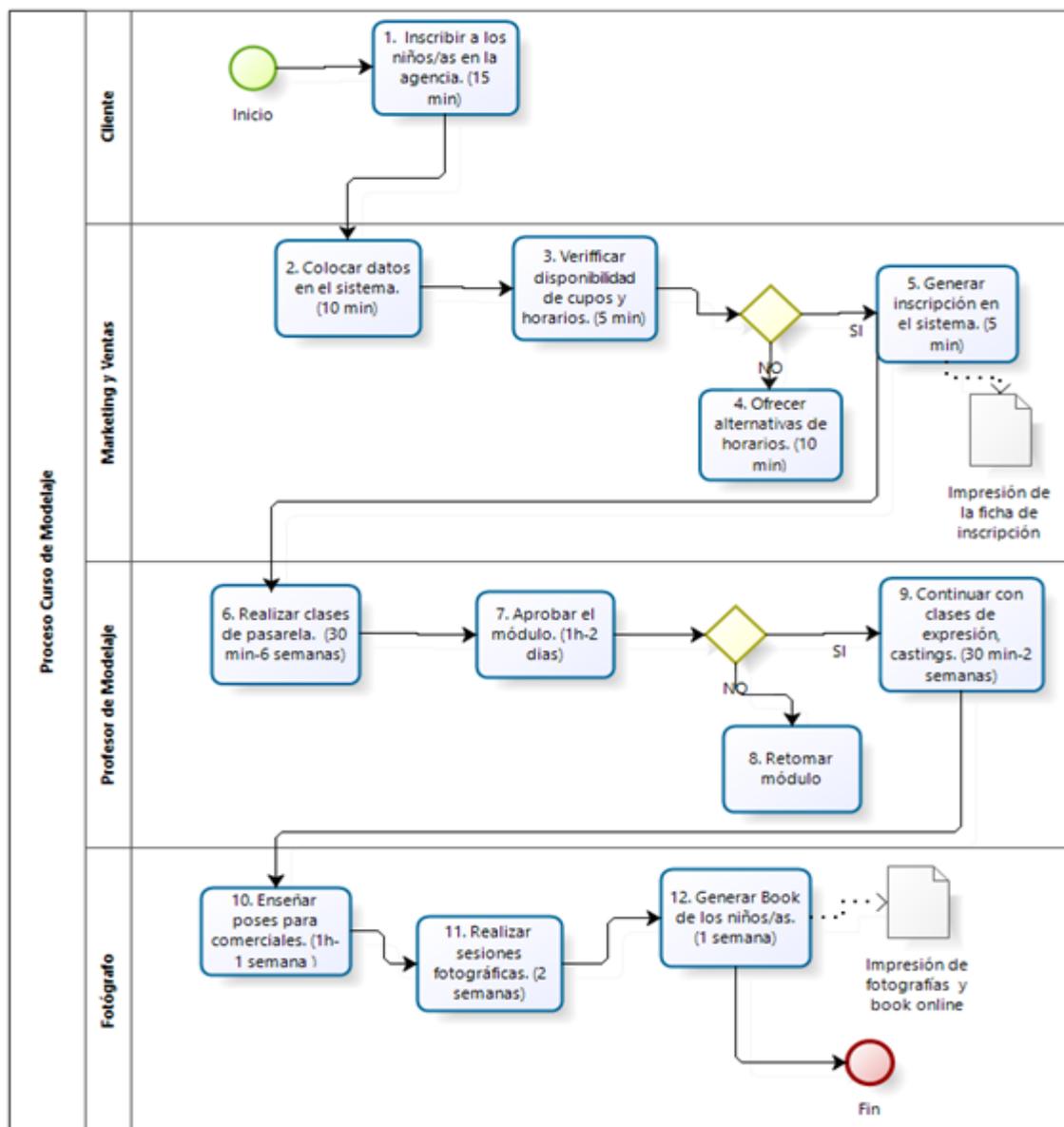


Figura 18: Proceso curso

El Flujograma del proceso del curso de modelaje profesional para los niños, tienen un comienzo desde que los padres y madres deseen inscribir a sus hijos a realizar actividades extraescolares que además de aprovechar el tiempo de manera productiva, se motiva y se influye en prácticas para el cuidado del medio ambiente. En general este proceso es claro sobre aspectos importantes que interviene el curso y que gracias a esta herramienta queda sentado sobre el proceso a seguir para brindar el servicio esperado.

6.2.3 Proceso de actividades de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente

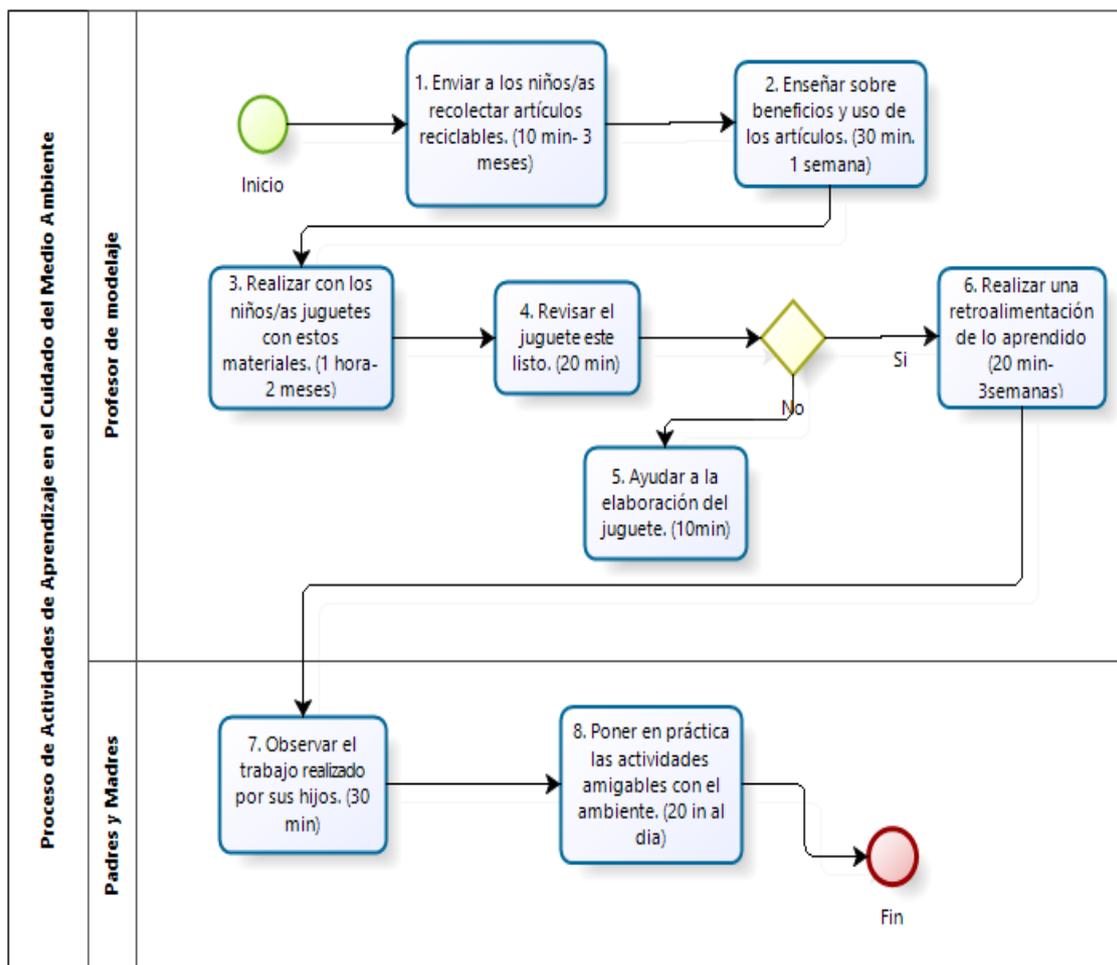


Figura 19: Proceso actividades ecológicas

La esencia de la agencia para niños Eco Little Model es las actividades que se realizan con los niños y niñas para generar una cultura de cuidado ambiental y como este influye en la vida diaria de las personas. El flujograma presenta el proceso de que los niños y niñas con materiales reciclados pueden realizar juguetes que los pueden utilizar ellos mismos o realizar objetos para regalos que son lindos creativos; esto en los niños y niñas provoca el aumento de la capacidad motriz y a la vez aprenden a crear artículos útiles. El objetivo principal de realizar un flujograma sobre esta actividad es evidenciar quienes son los personajes involucrados, la ayuda y servicio brindado a los niños y niñas y hacer partícipes de este aprendizaje a los padres y madres de familia con el fin que se pueda concientizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el planeta.

6.2.4 Cadena de valor servicio



Figura 20: Cadena de valor servicio modelaje

Tomado de: La cadena de valor Business School

La cadena de valor en el servicio de curso profesional para niños con actividades que generan cultura en el cuidado del medio ambiente es esencial para exponer el factor diferenciador. En las actividades de apoyo se encuentra el recurso humano es decir la estructura organizacional que contribuyen a un curso de modelaje de excelencia, con una organización interna con el fin de que todos los miembros tengan claro sus funciones y objetivos a cumplir, en infraestructura es muy importante tanto para los empleados como para los clientes. Es importante mencionar que las actividades primarias y que en este caso la agencia tiene control es marketing y ventas en donde uno de los procesos es la realización del marketing mix y otro proceso es las ventas personales a los clientes, personal de contacto en donde el proceso principal es el (manejo y control de estudios fotográficos, producción, diseñadores, etc.) y otro proceso es la capacitación continua y medición de resultados del personal encargado de la venta de los cursos de modelaje otro proceso es, en la prestación del servicio, la agencia tienen un proceso de como muestra su imagen como una actividad extraescolar productiva con múltiples beneficios para los niños, niñas y sus padres, otro proceso es la generación del desarrollo personal de los niños/as a partir de la creación de experiencias que cuidan el medio ambiente. Es primordial que los clientes al no tener un control por parte de la agencia, sea fundamental la innovación con el fin de atraer más clientes tanto a los individuales como a institucionales con más beneficios y promociones.

6.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Eco Little Model será funcional vertical ya que estará dividido por departamentos y en consecuencia por funciones y actividades. La ventaja encontrada en esta estructura es que es sencilla, se La agencia contará con reuniones mensuales en donde el principal tema es evaluar resultados, avances y decisiones que permitan cumplir con los objetivos planteados por la empresa.



Figura 21: Estructura organizacional

En comparación con la agencia DIS que se encuentra en el mercado tiene la siguiente estructura organizacional que se debe tomar en cuenta para el correcto funcionamiento del negocio, siendo que la agencia más se maneja por alianzas en donde el personal directo de la agencia es de seis personas que están a cargo de distintas áreas que involucra el curso de modelaje profesional.

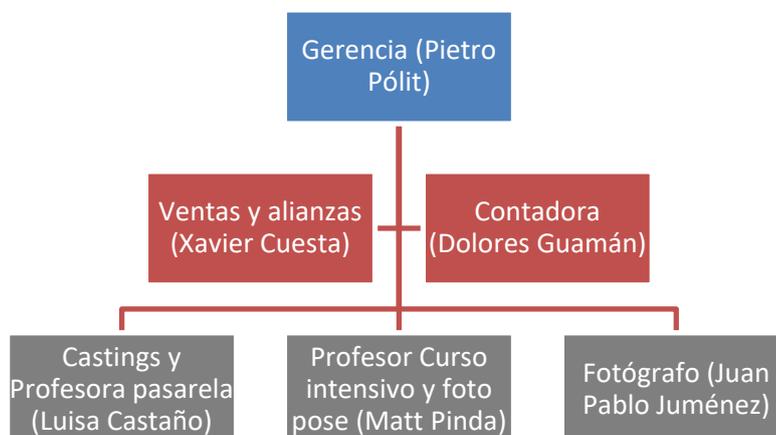


Figura 22: Estructura organizacional DIS

Análisis Comparativo

La agencia DIS ya es una empresa constituida en donde una estrategia esencia que realizan es que algunas clases que involucran el curso de modelaje profesional como son: nutrición, manejo de prendas de vestir (moda) contratan por horas a profesionales, de esta manera disminuye costos y dentro del personal que maneja internamente la agencia es relativamente poca, pero tiene un adecuado funcionamiento. Este punto de vista es interesante a tomar en cuenta en Eco Little Model ya que este al ofrecer un curso de modelaje profesional para niños con actividades que generan cultura en el cuidado del medio ambiente se puede realizar lo mismo, por esta razón para empezar se contará con seis personas que manejarán lo esencial para el curso y así mismo el manejo de castings para brindar seguridad a los niños al momento que sean parte de imagen o pasarela de una marca.

6.3.1 Nómina y funciones

Eco Little Model tendrá dentro su nómina 6 miembros, en donde cada colaborador debe tener el perfil adecuado y cumplir las funciones; e importante mencionar que el salario concuerda con la función y cargo que desempeña. A continuación, se detalla la nómina y funciones.

Tabla 9: Salarios mensuales

CARGO	Salario Mensual
Gerente	\$ 1,000.00
Asistente Contable	\$ 500.00
Jefe de ventas	\$ 600.00
Profesor de modelaje	\$ 500.00
Fotógrafo	\$ 375.00
Asistente de modelaje	\$ 375.00

Cargos y funciones

Perfil del Cargo

Gerente

- Título profesional de Ingeniería Comercial, administración de empresas, de preferencia estudios de 4to nivel.

- Conocimientos en planeación estratégica, presupuestos, control de actividades y estrategias de mercado.
- Experiencia mínima de 3 años en cargos administrativos, comercial.
- Edad requerida entre 30 a 50 años.

Funciones

- Realizar la planeación estratégica de la empresa
- Liderar la elaboración y aplicación de negocios
- Diseñar la estructura organizacional
- Elaborar las políticas generales de la agencia
- Representar a la compañía
- Elaborar estrategias para incrementar la participación.
- Controlar y dirigir la gestión administrativa para el cumplimiento de objetivos.
- Elaborar alianzas estratégicas
- Coordinación y control con el jefe de ventas para aumentar la calidad y número de clientes.
- Realiza las mejores, crecimiento e innovación en el servicio.

Asistente Contable

Perfil del Cargo

- Título o especialización en contabilidad o finanzas
- Conocimiento de programas Office (Word, Excel)
- Manejo en contabilidad y tributaria.
- Conocimiento de un programa contable.

Funciones

- Elaboración y revisión de la contabilización de documentos
- Administrar los registros, informes de presupuestos.
- Elaboración y verificación de relación entre gastos e ingresos
- Anticipar en la elaboración del presupuesto maestro e identificación de riesgos dentro del área y generar acciones de mejora y prevención.
- Revisión y planificación de retención de impuestos
- Elaboración de informes periódicos de las actividades realizadas.
- Elaboración y revisión de la codificación correcta de las cuentas bancarias.
- Elaboración y control de las facturas

- Elaboración de estados financieros
- Preparación de obligaciones fiscales.

Jefe de Ventas

Perfil del Cargo

- Título profesional de Ing Comercial, marketing. Especialistas en mercadotecnia.
- Experiencia de 2 años en venta de servicios.
- Cursos de inteligencia emocional, marketing digital o cursos similares.
- Edad requerida 25-35 años.

Funciones

- Planificación de ventas y marketing.
- Creación de planes, promociones para los cursos
- Establecer metas y objetivos de ventas en el mercado
- Cálculo de la demanda para pronóstico adecuado de ventas
- Manejo de cartera de clientes.
- Manejo de alianzas estratégicas
- Mantener relaciones cordiales con los clientes
- Realizar presupuestos de ventas mensual y anual.
- Realizar reportes de gestión en ventas, ingresos, gastos.
- Conducir y elaborar el análisis de costo de ventas

Profesor de Modelaje

Perfil del Cargo

- Diseñador de modas, Modelo profesional
- Experiencia en manejo e interacción con los niños.
- Edad requerida 18-30 años.

Funciones

- Elaboración d plan del curso de modelaje
- Organizar el aula y material educativo.
- Mantener comunicación permanente con los padres de familia.
- Participar en acciones de promoción para los cursos.

Fotógrafo

Perfil del Cargo

- Fotógrafo profesional
- Experiencia mínima de 1 año

- Manejo de instrumentos de fotografía y video.
- Cursos de fotografía profesional
- Producción

Funciones

- Realizar sesiones fotográficas en estudio y exteriores
- Preparar soluciones químicas para el procesado fotográfico
- Clasificar y ordenar el material fotográfico
- Retoque de fotografías y Photoshop.
- Realizar informes periódicos de actividades realizadas

Asistente de Modelaje

Perfil del Cargo

- Modelo profesional, estudiante de parvulario
- Experiencia en manejo e interacción con los niños y cursos vacacionales.
- Edad requerida 18-30 años.

Funciones

- Mantener actualizada la documentación administrativa de su cargo.
- Elaborar planes de actividades entretenidas para los niños en cuidado ambiental
- Administrar los útiles necesarios para las actividades.
- Detectar y evaluar problemas que afectan en desarrollo del niño y de su aprendizaje.

6.4 Estructura Legal

Razón Social: Eco Little Model – Agencia de modelos Compañía Limitada

En Ecuador la creación de una empresa de tipo Compañía de Responsabilidad Limitada es la adecuada para la agencia de modelos para niños, ya que el capital mínimo que se requiere para la constitución de la empresa es de \$400, otro requisito es que mínimo se debe encontrar dos socios y máximo quince; es importante que dependiendo el monto de los socios sus participaciones sociales limitan su responsabilidad, pero los socios tienen derecho de participar en las decisiones tomadas. (Ley Orgánica de Compañías, 1999).

Según la Superintendencia de compañías la creación de una empresa se puede realizar de manera online en el portal web institucional. En el ANEXO 4 se presentan los pasos para la creación de una compañía limitada.

7. CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 10: Datos generales

PREMISAS		Fuente:
Inflación 2016	1,12%	Banco Central del Ecuador
Tasa de crecimiento de la industria moda-recreación	2,66%	Superintendencia de Compañías
Mercado Objetivo	273.794	Estudio de Mercado
Ventas de contado	100,0%	Política de la Empresa
Compras de contado	0%	Política de la Empresa
Compras a crédito	100%	Política de la Empresa
Período de cuentas por pagar	30 días	Política de la Empresa
Ventas de contado	60,0%	Política de la Empresa
Ventas a crédito	40,0%	Política de la Empresa
Período de cuentas por cobrar	30 días	Política de la Empresa
Costo del crédito (Banco Pichincha)	11,23%	Banco Central del Ecuador
Estructura del Capital	1,00	Política de la Empresa
Beta apalancado de la industria de recreación	0,85	Damodaran
Beta desapalancado de la industria muebles	0,73	Damodaran
Riesgo País	4,96%	Ámbito
Tasa de Impuestos	33,70%	SRI
Tasa libre de riesgo	1,18%	Yahoo finances Bonos del Tesoro a 5 años
Rendimiento del Mercado	11,97%	Yahoo Finances S&P 500

Eco Little Model, en primer lugar, se estableció las premisas más importantes, en donde se realizó una investigación de las mismas con el fin de obtener un óptimo desarrollo del plan financiero.

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

Para empezar, la proyección de ventas fue establecida para 60 meses es decir 5 años en donde el primer mes Eco Little Model empieza a brindar sus servicios con 16 niños/as y mes a mes esto incrementa conforme al crecimiento promedio de la industria que corresponde al 2.66%, siendo este un valor obtenido con ventas de las principales agencias de modelos del país. Este segmento va dirigido a personas con recursos económicos altos y medio-altos. Es importante mencionar que la cantidad de niños/as dependió de la capacidad para brindar los servicios y se encuentra acorde con el número de personas que empezaron dos agencias de modelos ya en el mercado. El precio se obtuvo mediante el análisis Van Westendorp y aumenta conforme la inflación.

Tabla 11: Ingresos proyectados

VENTAS PROYECTADAS					
Años	1	2	3	4	5
Cantidad	199	247	368	614	872
Precio	\$ 556,18	\$ 562,42	\$ 568,74	\$ 575,13	\$ 578,35
Ventas Efectivo	\$ 66.807,14	\$ 83.815,13	\$ 126.134,08	\$ 212.769,45	\$ 317.759,39
Ventas Crédito	\$ 43.997,12	\$ 55.216,03	\$ 83.116,76	\$ 140.194,21	\$ 186.551,11
Total ventas	\$ 110.804,27	\$ 139.031,16	\$ 209.250,84	\$ 352.963,66	\$ 504.310,50

Tabla 12: Costos y Gastos

COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS					
Años	1	2	3	4	5
Costo Materiales	\$ 52.725,17	\$ 66.034,78	\$ 99.083,67	\$ 164.857,41	\$ 221.422,57
Sueldos	\$ 22.257,00	\$ 24.014,68	\$ 23.602,50	\$ 24.364,04	\$ 24.628,52
Gastos Generales	\$ 30.810,81	\$ 35.181,31	\$ 46.842,93	\$ 70.556,10	\$ 95.928,21
Total	\$ 105.792,98	\$ 125.230,77	\$ 169.529,10	\$ 259.777,55	\$ 341.979,31

La proyección de costos y gastos contiene factores como materiales, es decir lo necesario para brindar el curso de modelaje y realizar las actividades de cuidado ambiental; el sueldo de los miembros de la empresa y gastos generales que corresponde a gastos de publicidad, servicios básicos, arriendo, constitución de la empresa entre otros. Todos los costos y gastos cambian su valor conforme a la inflación de 1.12% este valor corresponde a diciembre de 2016.

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

La inversión inicial necesaria para solventar el siguiente plan de negocios es \$37.448,25 obtenido de inversiones PPE, intangibles, materiales y capital de trabajo. Es importante mencionar que el capital de trabajo se obtuvo del flujo de efectivo con el fin de que no existan valores negativos.

Tabla 13: Inv inicial y Capital de trabajo

Inversiones PPE	17.075,00
Inversiones Intangibles	840,19
Materiales	2.107,06
Capital de Trabajo	17.426,00
Varios	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	37.448,25

Tabla 14: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL			
	Propio	50,00%	18.724,12
	Deuda L/P	50,00%	18.724,12

La inversión inicial tiene un financiamiento de capital de los accionistas 50% que corresponde a \$18.724,12 y el otro 50% mediante una deuda con el Banco Pichincha que posee una tasa de interés de 11.23% fue elegido ya que posee tasa específica para créditos productivos.

7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

Es importante mencionar que todos los estados financieros tienen una proyección de 60 meses que significan 5 años. Para el análisis del estado de resultados en donde se involucran las ventas, costos y gastos; en donde el primer año se obtienen pérdidas.

Tabla 15: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL					
	1	2	3	4	5
Ventas	109.992,81	138.040,08	207.791,89	350.485,52	503.211,73
Costo de los servicios proporcionados	60.944,71	69.483,28	88.928,13	122.627,92	157.027,68
UTILIDAD BRUTA	49.048,11	68.556,80	118.863,76	227.857,60	346.184,06
Gastos sueldos	22.257,00	24.014,68	23.602,50	24.364,04	24.628,52
Gastos generales	30.810,81	35.181,31	46.842,93	70.556,10	95.928,21
Gastos de depreciación	1.501,67	1.501,67	1.501,67	1.444,03	1.501,67
Gastos de amortización	168,04	168,04	168,04	168,04	168,04
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	(5.689,41)	7.691,11	46.748,63	131.325,40	223.957,62
Gastos de intereses	1.953,56	1.603,79	1.212,65	775,26	286,14
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	(7.642,97)	6.087,32	45.535,97	130.550,14	223.671,49
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	913,10	6.830,40	19.582,52	33.550,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(7.642,97)	5.174,22	38.705,58	110.967,62	190.120,76
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	1.138,33	8.515,23	24.412,88	41.826,57
UTILIDAD NETA	(7.642,97)	4.035,89	30.190,35	86.554,74	148.294,19
MARGEN BRUTO	44,59%	49,66%	57,20%	65,01%	68,79%
MARGEN OPERACIONAL	-5,17%	5,57%	22,50%	37,47%	44,51%
MARGEN NETO	-6,95%	2,92%	14,53%	24,70%	29,47%

Tabla 16: Estado de situación

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	39.555,30	29.958,40	32.111,05	62.372,02	150.645,54	287.740,86
Corrientes	21.640,11	13.712,92	17.535,27	38.965,94	126.776,53	265.541,56
Efectivo	19.533,06	7.440,19	8.972,94	24.871,34	104.139,99	247.718,60
Cuentas por Cobrar	-	3.912,05	5.328,73	8.754,62	14.202,42	17.822,95
Inventarios de Materiales	2.107,06	2.360,67	3.233,59	5.339,99	8.434,12	-
No Corrientes	17.915,19	16.245,49	14.575,78	23.406,08	23.869,01	22.199,31
Propiedad, Planta y Equipo	17.075,00	17.075,00	17.075,00	27.575,00	29.650,00	29.650,00
Depreciación acumulada	-	1.501,67	3.003,33	4.505,00	5.949,03	7.450,69
Intangibles	840,19	840,19	840,19	840,19	840,19	840,19
Amortización acumulada	-	168,04	336,08	504,11	672,15	840,19
PASIVOS	20.831,18	18.877,25	16.994,01	17.064,62	18.783,41	7.584,53
Corrientes	2.107,06	3.110,67	4.534,74	8.303,81	14.158,44	7.584,53
Cuentas por pagar proveedores	2.107,06	2.360,67	3.233,59	5.339,99	8.434,12	-
Sueldos por pagar	-	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Impuestos por pagar	-	-	551,15	2.213,82	4.974,32	6.834,53
No Corrientes	18.724,12	15.766,58	12.459,27	8.760,82	4.624,97	-
Deuda a largo plazo	18.724,12	15.766,58	12.459,27	8.760,82	4.624,97	-
PATRIMONIO	18.724,12	11.081,15	15.117,04	45.307,39	131.862,13	280.156,33
Capital	18.724,12	18.724,12	18.724,12	18.724,12	18.724,12	18.724,12
Utilidades retenidas	-	(7.642,97)	(3.607,08)	26.583,27	113.138,01	261.432,21
Comprobación	-	-	-	-	-	-
Valoración Empresa	39.555,30	29.958,40	32.111,05	62.372,02	150.645,54	287.740,86

El estado de situación financiera tiene un detalle de activos y pasivos tanto corrientes y no corrientes, además el patrimonio. En donde se puede observar que a partir de año 3 se incrementan los activos debido a reinversiones en especial sobre el equipo de fotografía. En cuanto a pasivos este va disminuyendo debido a que en la parte de pasivos no corrientes se va pagando la deuda constantemente hasta que en el año 5 se termina de pagar completamente.

Tabla 17: Estado flujo de efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
	0	1	2	3	4	5
Actividades Operacionales	-	(3.021,84)	(1.764,20)	1.332,56	6.732,10	10.586,38
Utilidad Neta	-	(207,53)	1.084,30	4.355,38	9.786,27	13.445,98
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación	-	125,14	125,14	125,14	125,14	125,14
+ Amortización	-	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
- Δ CxC	-	(70,11)	(154,95)	(77,40)	(202,41)	(209,83)
- Δ Inventario PT	(2.107,06)	-	-	-	-	-
- Δ Inventario MP	-	(44,94)	(114,30)	(272,20)	(304,06)	10.145,79
- Δ Inventario SF	-	-	-	-	-	-
+ Δ CxP PROVEEDORES	2.107,06	44,94	114,30	272,20	304,06	(10.145,79)
+ Δ Sueldos por pagar	-	(2.883,33)	(2.917,73)	(2.929,79)	(2.964,71)	(3.000,01)
+ Δ Impuestos	-	-	(154,60)	260,36	270,88	1,27
Actividades de Inversión	(17.915,19)	-	-	-	-	-
- Adquisición PPE y intangibles	(17.915,19)	-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	37.448,25	(259,28)	(289,95)	(324,24)	(362,58)	(405,46)
+ Δ Deuda Largo Plazo	18.724,12	(259,28)	(289,95)	(324,24)	(362,58)	(405,46)
- Pago de dividendos						
+ Δ Capital	18.724,12					
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	19.533,06	(3.281,12)	(2.054,14)	1.008,33	6.369,51	10.180,91
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	-	10.721,31	11.027,09	23.863,01	97.770,48	237.537,69
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	19.533,06	7.440,19	8.972,94	24.871,34	104.139,99	247.718,60

Este estado de resultados muestra la cantidad de efectivo que se obtiene del proyecto en donde se encuentra involucrado: actividades operacionales, inversión y financiamiento.

En la gráfica 31 se puede observar que en el año 1 no genera mucho efectivo, pero en el año 5 esta cifra cambia totalmente a \$247.718,60.

Tabla 18: Estado flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	0	12	24	36	48	60
Ventas		9.780,14	13.321,83	21.886,54	35.506,05	44.557,39
Costo de los servicios proporcionados		5.208,12	6.194,51	8.467,68	11.609,05	13.654,21
UTILIDAD BRUTA		4.572,01	7.127,32	13.418,86	23.897,00	30.903,17
Gastos sueldos		1.854,75	2.001,22	1.966,87	2.030,34	2.052,38
Gastos generales		2.635,68	3.232,19	4.658,63	6.920,26	8.427,35
Gastos de depreciación		125,14	125,14	125,14	125,14	125,14
Gastos de amortización		14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.		(57,56)	1.754,76	6.654,22	14.807,27	20.284,31
Gastos de intereses		149,98	119,31	85,02	46,68	3,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN		(207,53)	1.635,45	6.569,19	14.760,59	20.280,51
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	245,32	985,38	2.214,09	3.042,08
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		(207,53)	1.390,13	5.583,82	12.546,50	17.238,43
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	305,83	1.228,44	2.760,23	3.792,46
UTILIDAD NETA		(207,53)	1.084,30	4.355,38	9.786,27	13.445,98
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.		(57,56)	1.754,76	6.654,22	14.807,27	20.284,31
Gastos de depreciación		278,10	278,10	431,06	431,06	431,06
Gastos de amortización		14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	245,32	985,38	2.214,09	3.042,08
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	305,83	1.228,44	2.760,23	3.792,46
I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)		234,55	1.495,72	4.885,46	10.278,02	13.894,84
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	(19.533,06)					
VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		(2.953,45)	(2.987,64)	(3.161,95)	(3.193,32)	(2.998,74)
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO						10.238,42
II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	(19.533,06)	(2.953,45)	(2.987,64)	(3.161,95)	(3.193,32)	7.239,68
INVERSIONES	(17.915,19)	-	-	-	-	-
RECUPERACIONES						
<i>Recuperación maquinaria</i>						3.246,88
<i>Recuperación vehículos</i>						450,00
<i>Recuperación equipo de computación</i>						1.302,65
III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)	(17.915,19)	-	-	-	-	4.999,53
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	(37.448,25)	(2.718,90)	(1.491,92)	1.723,51	7.084,70	26.134,05

En este estado de flujo de caja se puede observar que en los 2 primeros años se encuentran con valores negativos, pero a partir del año 3 estos valores se vuelve positivo.

7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

Tabla 19: Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	(37.448,25)	(2.718,90)	(1.491,92)	1.723,51	7.084,70	26.134,05
(+) Préstamo	18.724,12					
(-) Gastos de interés		(149,98)	(119,31)	(85,02)	(46,68)	(3,79)
(-) Amortización del capital		(259,28)	(289,95)	(324,24)	(362,58)	(405,46)
(+) Escudo Fiscal	-	50,54	40,21	28,65	15,73	1,28
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	(18.724,12)	(3.077,62)	(1.860,97)	1.342,90	6.691,17	25.726,07

En este estado de flujo de caja se puede observar que en los 2 primeros años se encuentran con valores negativos sin rendimiento, pero a partir del año 3 estos valores se vuelve positivo.

Tabla 20: Tasa de descuento

Tasa de Descuento WACC	
Tasa libre de riesgo	1,18%
Rendimiento del Mercado	11,97%
Beta	0,85
Riesgo País	4,96%
Tasa de Impuestos	33,70%
CAPM	15,31%
WACC	
Año 1	10,36%
Año 2	11,15%
Año 3	18,12%
Año 4	14,33%
Año 5	15,10%
Tasa de Descuento CAPM con Beta apalancada	
Tasa libre de riesgo	1,18%
Rendimiento del Mercado	11,97%
Beta	0,85
Riesgo País	4,96%
Tasa de Impuestos	33,70%
CAPM	15,31%

Para el correcto cálculo de la tasa de descuento e utilizaron los siguientes datos: En donde se obtuvo de resultado del CAPM con 15,31%.

- ✓ Rendimiento del mercado: 11.97% (Yahoo Finance, 2017)
- ✓ Riesgo país: 4.96% (Banco Central del Ecuador)
- ✓ Beta de industria moda-recreación: 0.85 (Aswath Damodaran)
- ✓ Tasa libre de riesgo: 1.18% (Yahoo Finance)

Tabla 21: Criterios de valoración

Criterios de Inversión con Modelo WACC		Criterios de Inversión Con Modelo CAPM	
Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$111.467,79	VAN	\$115.288,82
IR	\$3,98	IR	\$7,16
TIR	57,55%	TIR	73,81%
Periodo Rec.	3,54	Periodo Rec.	3,52
Paso 1: Desapalancar el Beta de la Industria			
Beta Apalancada Industria:	0,85	R Deuda/ Capital Industria:	27,92%
Beta Desapalancada:	0,717233242	R Deuda/ Capital Empresa:	111,25%
Beta Apalancada Empresa:	1,25		

En esta sección el VAN del proyecto tiene \$111.457,79 esto se debe a una división de los valores presentes que corresponden al flujo de caja para la inversión inicial con un índice de rentabilidad de \$3.98. Por otro lado, el VAN del inversionista tiene un valor superior con \$115.288,82 con un índice de rentabilidad de \$7,16 siendo este valor bastante beneficioso.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) para el proyecto tuvo 57.55% y para el inversionista 73.81% con un período de recuperación de la inversión para ambos es de tres años y medio.

7.5 Índices financieros

Tabla 22: Índices financieros

Indicadores Financieros						
Años		1	2	3	4	5
Razones de liquidez						
Liquidez Corriente	veces	4,40834	3,86687	4,69254	8,95413	35,01093
Razones de apalancamiento						
Endeudamiento del activo		0,63012	0,52923	0,27359	0,12469	0,02636
Endeudamiento patrimonial		1,70355	1,12416	0,37664	0,14245	0,02707
Apalancamiento		2,70355	2,12416	1,37664	1,14245	1,02707
Razones de actividad						
Período de cuentas por pagar	días	23,88493	23,68652	23,49992	23,55722	24,94977
Período de cuentas por cobrar	días	12,9818	14,0900	16,2040	15,3437	12,9277
Rotación de ventas	veces	3,671518	4,298835	3,331492	2,326558	1,748837
Razones de rentabilidad						
Margen de utilidad	%	-6,9486%	2,9237%	14,5291%	24,6957%	29,4695%
ROA	%	-25,5120%	12,5685%	48,4037%	57,4559%	51,5374%
ROE	%	-68,9728%	26,6976%	66,6345%	65,6403%	52,9327%

El índice de liquidez del proyecto es de \$6.8 lo que significa que tiene \$5.8 para pagar cada dólar que corresponde al endeudamiento y en el año 5 presenta una liquidez más elevada con \$32.93. El endeudamiento del activo en el primer año presenta 0.67 es decir que se encuentra bastante comprometido con los acreedores, pero a medida que pasa los años este valor disminuye.

En los indicadores de rentabilidad tanto ROA, ROE y margen de utilidad presentan un valor negativo en los dos primeros años, pero a partir del tercer año se encuentra valores positivos.

8. CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES GENERALES

El proyecto presenta las siguientes conclusiones gracias al estudio realizado anteriormente.

- ✓ Ecuador se encuentra por una etapa complicada políticamente, en donde se ha destituido de sus funciones a Jorge Glas por verse involucrado en fraudes. Por otra parte, la ley de comunicación ha potenciado a la publicidad y por ende al fortalecimiento de la moda.
- ✓ En la actualidad los padres y madres de familia por múltiples actividades no pueden pasar tiempo con sus hijos provocando su interés en que realicen actividades con el fin de aprovechar el tiempo libre
- ✓ El ministerio de educación con nuevas reformas a limitad el envío de tareas siendo esta una oportunidad de ser alternativa para aprovechar el tiempo libre.
- ✓ El mercado objetivo son niños y niñas de 4 a 12 años de edad que en su totalidad son 113.608.
- ✓ Cada vez los niños/as tienen la facilidad de acceder a la tecnología en donde pueden observar más de cerca y descubrir actividades de su interés entre estos el modelaje que a nivel mundial se ha posicionado y los niños/as que pertenecen a esta industria son íconos de la moda motivando al resto a ser modelo.
- ✓ En Ecuador existen incentivos para nuevos proyectos que motiven a la cultura y práctica del cuidado del medio ambiente.
- ✓ El modelaje brinda una opción de carrera a largo plazo y las actividades que generan cultura al cuidado ambiental provoca niños más seguros, conscientes, desenvueltos es decir un desarrollo personal.
- ✓ Gracias a estudios de mercado los diseñadores, marcas, agencias publicitarias, televisión entre otras requieren más la presencia de los niños ya que este incrementa el impacto al consumidor y por ende al aumento de ventas.
- ✓ El modelaje en Ecuador es nuevo en donde no cuenta con un gran número de competidores. Las industrias involucradas en el modelaje son educación y confecciones/tejidos que presentan un crecimiento 2.66%

- ✓ Los padres y madres de familia tienen una gran predisposición en invertir en un curso de modelaje y consideran interesante y necesario que se implemente actividades que culturice al cuidado ambiental desde temprana edad
- ✓ El precio según el estudio realizado es \$550 que corresponde a un curso por un período de tres meses, incluyendo actividades del cuidado ambiental, modelaje y composite.
- ✓ El uso de redes sociales, marketing, ferias de moda, eventos entre otros es la forma más adecuada para llegar al consumidor y la agencia se haga conocida.
- ✓ La mayoría de los padres y madres prefieren que la agencia se encuentre en el Norte de Quito por cercanía a trabajos y hogares.
- ✓ Eco Little Model tendrá una certificación con el fin de cuidar su pensum, obtener una ventaja competitiva y brindar la seguridad a los niños y niñas.
- ✓ Una barrera importante a destacar es que a pesar de que no exista en el Ecuador muchas agencias de modelos las pocas que existe tiene un gran posicionamiento en el mercado.
- ✓ Se requiere una inversión inicial alta debido a los equipos para proporcionar el servicio adecuado.
- ✓ El proyecto es bueno y rentable a partir del segundo año, pero es importante mencionar que es una industria nueva y se puede emprender e innovar, pero se debe tener en cuenta que el modelaje por estereotipos de la sociedad aún no es considerado como una actividad buena para niños y niñas.

REFERENCIAS

- ABCfamilia. (Abril de 2016). *Realidad en castings infantiles*. Obtenido de http://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-realidad-tras-casting-modelos-infantiles-201608112018_noticia.html
- Agency, M. (21 de Noviembre de 2014). *Beneficios del modelado en educación infantil*. Obtenido de <http://todosobreelmodelado.blogspot.com/2014/11/beneficios-del-modelado-en-educacion.html>
- ambiente, M. d. (1 de Noviembre de 2017). *Punto Verde*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>
- Barcelona, U. A. (Abril de 2010). <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5578/bma1de1.pdf?sequence=1>. Obtenido de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5578/bma1de1.pdf?sequence=1>
- castillo, A. (12 de Octubre de 2014). *Modelaje profesional*. Obtenido de <http://agenciacastillo.blogspot.com/2014/10/beneficios-de-ser-modelo.html>
- Censos, I. d. (28 de Septiembre de 2017). *Hogares INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/hogares/>
- Censos, I. N. (ENERO de 2017). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Civil, R. (16 de Octubre de 2017). *Código de la niñez y adolescencia*. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-06-C%C3%93DIGO-DE-LA-NI%C3%91EZ-Y-ADOLESCENCIA-Leyes-conexas.pdf>
- Civil, R. (2 de Febrero de 2017). *Tarifas publicidad*. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/10DIFUSION-Y-COMUNICACION-INFORME-COMUNICACION-SOCIAL.pdf>
- Comercio, E. (27 de Junio de 2014). *Moda e Innovación*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/chic/industria-moda-ecuador-innovacion-textiles.html>

- Comercio, E. (6 de Noviembre de 2017). *Prácticas ambientales Ecuador*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/incentivos-empresas-practicas-ambientales-ecuador.html>
- Compartido, M. (15 de Julio de 2008). *Estrategias de Push&Pull*. Obtenido de <http://marketingcompartido.blogspot.com/2008/07/estrategias-de-push-pull.html>
- comunicación, C. d. (13 de Noviembre de 2014). *Reglamento de publicidad infantil*. Obtenido de <http://www.cordicom.gob.ec/se-aprueba-el-reglamento-de-publicidad-infantil-una-norma-que-avanza-en-la-proteccion-de-la-imagen-de-ninas-ninos-y-adolescentes/>
- Consulados, E. y. (3 de Febrero de 2016). *Actividades amigables con el medio ambiente*. Obtenido de <https://mx.usembassy.gov/es/promoviendo-actividades-amigables-con-el-medio-ambiente-en-la-ciudad-de-mexico/>
- Damodaran, A. (29 de Diciembre de 2017). *Betas by Sector (US)*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- ECUADOR, B. C. (DICIEMBRE de 2016). *BCE*.
- Ecuador, P. d. (23 de Octubre de 2017). *Ley orgánica de comunicación*. Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Ecuador, S. d. (14 de Noviembre de 2017). *SUPERCIAS*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- EDUCACIÓN, M. D. (2016). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/>
- Fernandez, T. (18 de Diciembre de 2015). *Niños y adolescentes modelos*. Obtenido de <http://agenciacastillo.blogspot.com/2014/10/beneficios-de-ser-modelo.html>
- <http://www.euromonitor.com/>. (Diciembre de 2016). *Euromonitor*. Obtenido de <http://www.euromonitor.com/>
- Líderes, R. (17 de Julio de 2016). *Jóvenes muestran su estilo en moda*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/jovenes-muestran-estilos-moda.html>
- Magisterio. (12 de Abril de 2016). *Prácticas amigables con el medio ambiente desde el juego*. Obtenido de

- <https://www.magisterio.com.co/articulo/practicas-amigables-con-el-medio-ambiente-desde-el-juego>
- medios, J. (23 de Mayo de 2016). *Juegos ecológicos*. Obtenido de <http://www.elclima-enelmundo.com/2014/05/juegos-ecologicos-ninos.html>
- Notuslink. (11 de Noviembre de 2014). *Costo real campaña ecuador*. Obtenido de <https://www.notuslink.com/blog/42-marketing-digital/131-el-costo-real-de-una-campana-digital-en-ecuador>
- Nungaray, G. (2015). *Qué es el precio de penetración en el mercado?* Recuperado el 03 de Junio de 2017, de OUTBRAIN: <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-el-precio-de-penetracin-en-el-mercado-11031.html>
- Ortiz, D. J. (5 de Marzo de 2013). *El niño, los medios y la publicidad*. Obtenido de <https://spaoyex.es/sites/default/files/pdf/Voxpaed16.1pags39-43.pdf>
- Pichincha, B. d. (13 de Diciembre de 2017). *Créditos Pichincha*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/Empresas/Pymes/Pichincha-Creditos/Productivo>
- Productividad, M. d. (Diciembre de 2014). *MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/>
- Rodríguez, E. (Septiembre de 2015). *El modelaje en educación infantil*. Obtenido de <https://evarodriguezhigueras.wordpress.com/2014/02/22/el-modelado-en-educacion-infantil/>
- Universo, E. (25 de Abril de 2017). <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/04/25/nota/6153190/tendencias-moda-2017>. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/04/25/nota/6153190/tendencias-moda-2017>

ANEXOS

ANEXO 1: Modelo de Encuesta

<p>Encuesta de Investigación de Mercados para la Creación de una Agencia de Modelos para Niños con Educación en Cuidado del Medio Ambiente</p> <p>La finalidad del cuestionario es de índole estrictamente académica, por lo que los resultados guardarán absoluta confidencialidad respecto a los encuestados. Le pido responder las preguntas con la mayor honestidad posible. Agradezco su colaboración.</p> <p>*Obligatorio</p> <p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input type="radio"/> Hombre</p>	<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 18-24 años</p> <p><input type="radio"/> 25-31 años</p> <p><input type="radio"/> 32-38 años</p> <p><input type="radio"/> 39-50 años</p> <p><input type="radio"/> Más de 50 años</p> <p>Dónde vive? *</p> <p><input type="radio"/> Norte de Quito</p> <p><input type="radio"/> Sur de Quito</p> <p><input type="radio"/> Cumbayá</p> <p><input type="radio"/> Centro de Quito</p> <p><input type="radio"/> Valle de los Chillos</p> <p>Es casado/a? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Tiene hijos/as?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Cuál es su ingreso mensual?</p> <p><input type="radio"/> \$0 - \$350</p> <p><input type="radio"/> \$351 - \$800</p> <p><input type="radio"/> \$801 - \$1500</p> <p><input type="radio"/> \$1501 - \$3000</p> <p><input type="radio"/> Más de \$3000</p> <p>Cuántos hijos tiene?</p> <p><input type="radio"/> 1-2</p> <p><input type="radio"/> 3-4</p> <p><input type="radio"/> 5-6</p> <p><input type="radio"/> Más de 6</p>	<p>En qué rango de edad se encuentran sus hijos?</p> <p><input type="radio"/> 4 - 6 años</p> <p><input type="radio"/> 7 - 9 años</p> <p><input type="radio"/> 10 - 12 años</p> <p><input type="radio"/> 13 - 15 años</p> <p>Considera que su hijo/a tiene tiempo libre?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Estaría dispuesto a invertir en una actividad extraescolar?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Qué actividad extraescolar</p>
<p>Qué actividad extraescolar llama su atención para sus hijos?</p> <p><input type="radio"/> Idiomas</p> <p><input type="radio"/> Baile</p> <p><input type="radio"/> Modelaje</p> <p><input type="radio"/> Actuación</p> <p>Considera que una actividad extraescolar ayuda al desenvolvimiento de los niños?</p> <p><input type="radio"/> Mucho</p> <p><input type="radio"/> Poco</p> <p><input type="radio"/> Nada</p> <p>Conoce la existencia de agencias de modelos para niños?</p>	<p>Considera importante una educación integral en cuidado del medio ambiente para niños?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Está usted de acuerdo que su hijo/a estuviera en una agencia de modelos y que se realice actividades para el cuidado ambiental?</p> <p><input type="radio"/> Muy de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Indiferente</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Muy en desacuerdo</p> <p>En qué horarios es</p>

En qué horarios es conveniente asistir a estas actividades en temporada escolar?

2 - 4 pm
 4 - 6pm
 6 - 8 pm
 Sábados

En qué horarios es conveniente asistir a estas actividades en vacaciones?

8 - 10 am
 10 am - 12 pm
 2 - 4 pm
 4 - 6 pm
 Sábados

Qué busca usted al momento de inscribirle a su hijo/a en una agencia de modelos? (Califique por importancia del 1 al 4, siendo 4 el más importante)

	1	2	3
Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividad interesante y divertida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aprendizaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A qué precio dentro de este rango (\$350-\$850), consideraría una agencia de modelos para niños con educación en cuidado del medio ambiente que posee una duración de tres meses, como muy barato que le haría dudar de inscribirlo/a?

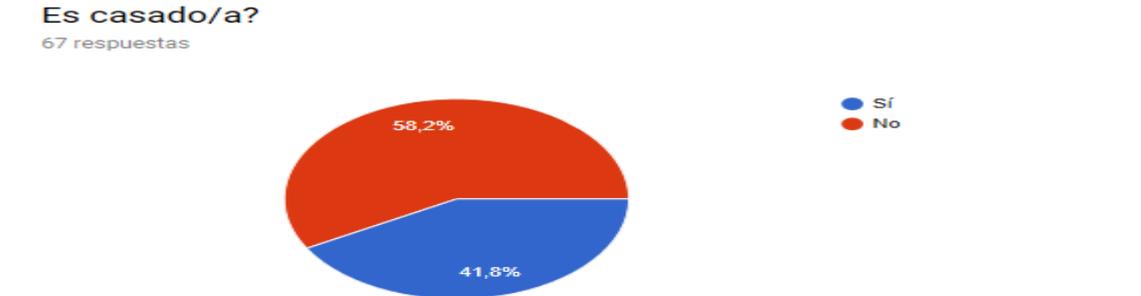
ANEXO 2: Gráficas de encuestas

Sexo



El 53.7% son madres de familia puesto que son las mismas las que deciden en involucrar a sus hijos en actividades extraescolares que les brinden conocimiento y diversión.

Estado civil

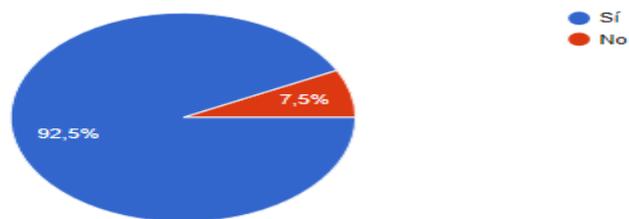


La mayoría de los encuestados con un 58.2% no se encuentran casados. Siendo este un porcentaje muy alto ya que cada vez más existen hogares disfuncionales.

Hijos

Tiene hijos/as?

67 respuestas

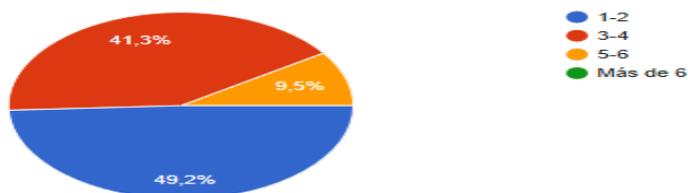


El 92.5% de los encuestados tienen hijos, siendo este el factor principal para el presente plan de negocios.

Número de hijos

Cuántos hijos tiene?

63 respuestas

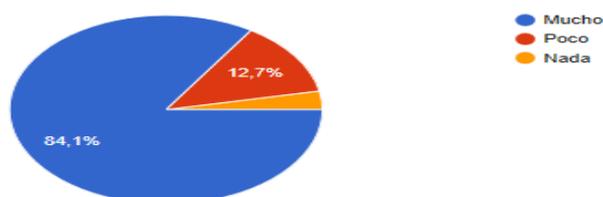


El 49.2% de los encuestados presentan en sus hogares entre 1 y 2 hijos seguido del 41.3% entre 3 y 4 hijos. El primer porcentaje sigue la tendencia actual a nivel mundial de familias cada vez de menos integrantes.

Importancia actividad extraescolar

Considera que una actividad extraescolar ayuda al desenvolvimiento de los niños?

63 respuestas

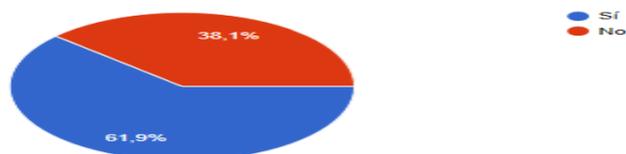


La mayoría de los encuestados con un 84.1% piensa que una actividad extraescolar que realicen sus hijos contribuye en gran cantidad a su desenvolvimiento.

Agencia de modelos

Conoce la existencia de agencias de modelos para niños?

63 respuestas



El 61.9% de los encuestados dieron una respuesta positiva al conocimiento de agencias de modelos para niños, siendo esta una oportunidad para innovar.

Tipos de agencias de modelos

Qué agencia de modelos conoce usted?

63 respuestas

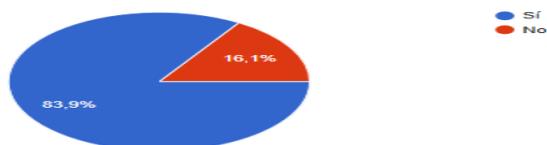


Las agencias más conocidas según los encuestados son DIS y CN Modelos con 41.3% y 31.7% respectivamente esto se debe a que son pioneras en los eventos de la moda en el país.

Importancia del cuidado ambiental

Considera importante una educación integral en cuidado del medio ambiente para niños?

62 respuestas

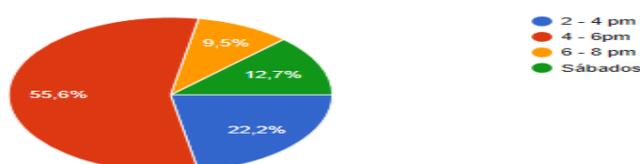


Los encuestados con un 83.9% considera importante una educación integral en cuidado del medio ambiente que se enseñe a sus hijos.

Horarios preferenciales

En qué horarios es conveniente asistir a estas actividades en temporada escolar?

63 respuestas

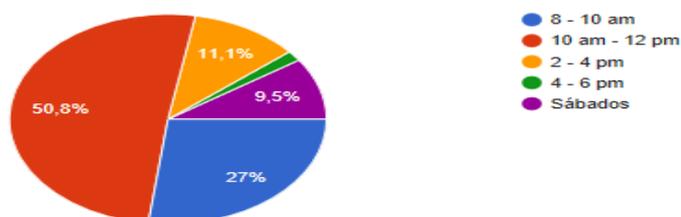


En temporada escolar, los encuestados en un 55.6% eligieron horarios de 16:00 a 18:00 para que sus hijos realicen la actividad escolar ya que la mayoría de los establecimientos educativos tienen su jornada en la mañana.

Horarios vacacionales

En qué horarios es conveniente asistir a estas actividades en vacaciones?

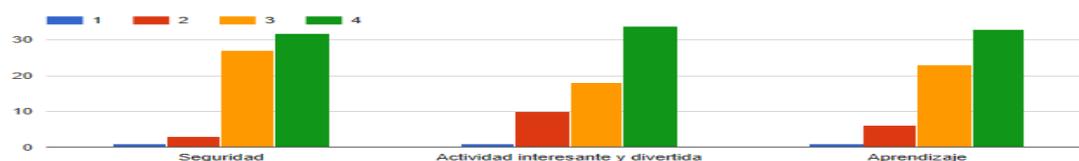
63 respuestas



En temporada de vacaciones al contrario de la temporada escolar los padres y madres de familia con un 50.85% prefieren que sus hijos asistan a la actividad extraescolar de 10:00 a 12:00pm.

Importancia del servicio

Qué busca usted al momento de inscribirle a su hijo/a en una agencia de modelos? (Califique por importancia del 1 al 4, siendo 4 el más importante)



En este segmento los encuestados tuvieron respuestas sobre las características que esperan que tenga las actividades extraescolares para sus hijos según en orden de importancia queda la de la siguiente manera: actividad interesante y divertida, aprendizaje, seguridad.

Precio barato

A qué precio dentro de este rango (\$350-\$850), consideraría una agencia de modelos para niños con educación en cuidado del medio ambiente que posee una duración de tres meses, como barato pero puede inscribirlo/a?

63 respuestas

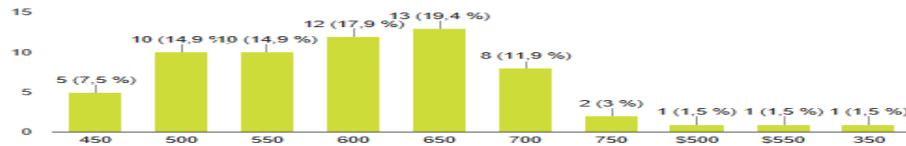


Los encuestados dieron un valor a pagar a una actividad extraescolar como barato, pero pudiera inscribir a sus hijos que fue de \$400 con un 31.3%.

Precio caro

A qué precio dentro de este rango (\$350-\$850), consideraría una agencia de modelos para niños con educación en cuidado del medio ambiente que posee una duración de tres meses, como caro pero aun así lo inscribiría?

63 respuestas

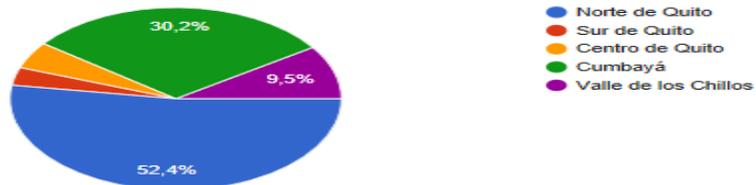


Los encuestados dieron un valor a pagar a una actividad extraescolar como caro pero que si puede inscribir a sus hijos que fue de \$650 con un 19.4%.

Ubicación del servicio

Donde le gustaría que se ubique la agencia de modelos para niños con educación integral en cuidado del medio ambiente?

63 respuestas



El 52.4% de los encuestados prefiere que las instalaciones de una agencia de modelos para niños se encuentren en el Norte de la ciudad de Quito esto se debe a que la mayoría de los encuestados vive en este sector.

ANEXO 3: Tabla de Correlación y Tablas Dinámicas

Etiquetas de fila	Cuenta de Estaría dispuesto a invertir en una actividad extraescolar?
\$1501 - \$3000	22
\$351 - \$800	4
\$801 - \$1500	19
Más de \$3000	18
(en blanco)	
Total general	63

ANEXO 4: Pasos para una compañía limitada en Ecuador

Pasos a seguir para la creación de empresas en Ecuador	
1	Registro en Superintendencia de compañías
2	Ingresar: www.supercias.gob.ec con usuario y contraseña
3	Llenar formulario de solicitud y adjuntar documentos requeridos
4	Hacer el pago de \$400 en el Banco del Pacífico
5	Validación de documentos por parte del notario que asignará fecha y hora para la firma de escrituras y nombramientos
6	Recepción y validación de información por parte del Registro Mercantil
7	Envío de información al SRI y generar el número de expediente
8	SRI emite el RUC
9	El sistema notifica la finalización del trámite

Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador

ANEXO 4: Complementos financieros



Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Materiales	Total		\$ 1.956,17
Pintura digital Pelikan	9	\$ 27,00	\$ 243,00
Pinceles	20	\$ 6,30	\$ 126,00
Tijeras para plástico	3	\$ 15,19	\$ 45,57
Esferos y lápices	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Silicona	8	\$ 10,20	\$ 81,60
Guantes de siembra	20	\$ 17,00	\$ 340,00
kit de siembra	20	\$ 45,00	\$ 900,00
Uniforme	20	\$ 6,50	\$ 130,00
	Total	\$ 131,69	

Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total			
Equipos de Oficina	Total		\$ 7.180,00	\$ 2.075,00	\$ 4.500,00	\$ 605,00
Sillas y artículos	25	\$ 54,00	\$ 1.350,00	COMPUTADORAS	MUEBLES OFICINA	OFICINA
Escritorios	4	\$ 157,00	\$ 628,00			
Laptop Dell	3	\$ 420,00	\$ 1.260,00	\$ 411,00		
Computadora escritori	1	\$ 384,00	\$ 384,00			
Teléfono Networks Em	2	\$ 38,00	\$ 76,00			
Basureros	4	\$ 12,00	\$ 48,00			
Rótulos de Señalizaci	12	\$ 15,00	\$ 180,00			
Casilleros para niños	25	\$ 90,00	\$ 2.250,00			
Impresora multifunci	1	\$ 355,00	\$ 355,00			
Cafetera	1	\$ 44,00	\$ 44,00			
Estanteria Metálica	2	\$ 100,00	\$ 200,00			
Extractor de olores	1	\$ 100,00	\$ 100,00			
Archivador	1	\$ 125,00	\$ 125,00			
Ventilador	2	\$ 90,00	\$ 180,00			
Activos Fijos	Total		\$ 1.395,00			
Sombrillas Fotográficas	3	\$ 87,00	\$ 261,00			
Parasol canon 58mm	1	\$ 24,00	\$ 24,00			
Luces Estroboscópicas	2	\$ 65,00	\$ 130,00			
La Canon EOS Rebel	1	\$ 980,00	\$ 980,00			
Arriendo	Total		\$ 750,00			
Casa 2 pisos	1	\$ 750,00	\$ 750,00			
Vehículos	Total		\$ 8.500,00			
Chevrolet N300	1	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00			
		TOTAL	\$ 17.825,00			

