

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE ALQUILER DE ESTUDIO FOTOGRÁFICO

Iván Santiago Álava Chávez, ⁽¹⁾ Alfredo Renato D'steffano Carvajal ⁽²⁾

Escuela de Diseño y Comunicación Visual ⁽¹⁾

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

ivanalava@gmail.com ⁽¹⁾ dstteffano90@gmail.com ⁽²⁾

Mae Sophía Galárraga. ⁽⁴⁾ Escuela Superior Politécnica del Litoral, ⁽⁴⁾ Máster, ⁽⁴⁾ sgalarraga@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

La fotografía es una carrera que demanda práctica continua e inversión en equipos fotográficos. No todas las personas que han decidido vivir de esta profesión pueden montar un estudio para realizar su trabajo o realizar prácticas profesionales. El estudio fotográfico es vital para quienes necesitan realizar producciones fotográficas en interior con luz controlada. Para un fotógrafo que no posee estudio propio es rentable alquilar uno para realizar su trabajo. En vista de esto, se ha presentado la oportunidad de cubrir la necesidad de estudios fotográficos de alquiler que tiene la ciudad de Guayaquil. El negocio consiste en alquilar por horas un estudio fotográfico con instalaciones amplias, cámaras y equipos de iluminación completos, permitiendo brindar además el servicio de retoque fotográfico.

El objetivo de este plan de negocios es saber cómo crear la empresa, identificar al mercado objetivo, saber sus necesidades, plantear las estrategias a seguir y determinar la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto. Los resultados obtenidos en esta investigación han permitido saber que este negocio si es factible y que suple la necesidad de un mercado aún no atendido.

Palabras Claves: *Fotografía, estudio fotográfico, fotógrafo, negocio, alquiler.*

Abstract

Photography is a career that demands continuous practice and investment in photographic equipment. Not all people who have decide to live this profession can afford to have an studio to do their work. The photo studio is vital for those who need to make photographic productions indoors with controlled light. For photographers who do not possess or lack their own studio, they opt to rent studio for realizing their jobs. In view of this, there has been the opportunity to cover the needs of photographic rent studios in the city of Guayaquil. The business consists in renting for hours a photo studio with extensive facilities, cameras and complete lightning equipment, also allowing to provide the photo service editor.

The purpose of this business plan is to know how to create the company, identify the target market, know their needs, propose strategies to follow and determine the total investment for the implementation of the project. The results of this research have allowed to know that this business is feasible and covers the market needs which are still unattended.

Keywords: *Photography, photographic studio, photographers, business, rent.*

1. Introducción

La fotografía digital es una de las tendencias que están de moda. La gran cantidad de campos de aplicación de la fotografía digital ha hecho que los centros de educación superior e institutos de artes y oficios ofrezcan la formación en este campo.

Tanto los estudiantes como los profesionales requieren de un estudio fotográfico. El alto costo de los equipos fotográficos ha hecho ver la necesidad de crear estudios de alquiler. Un estudio fotográfico de alquiler permitirá hacer prácticas a los estudiantes y a los profesionales realizar sus producciones. Todo esto sin tener que hacer una gran inversión económica.

Un hecho importante es que la fotografía en el país se está intensificado debido a que la nueva Ley de Comunicación promueve la producción nacional de material audiovisual. (Secretaría Nacional de Comunicación, 2014)

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Crear una empresa que brinde el servicio de alquiler de estudio fotográfico para satisfacer la demanda de los estudiantes y profesionales en el área de fotografía en la ciudad de Guayaquil.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar el interés que tendría el mercado objetivo en alquilar un estudio fotográfico, para realizar prácticas o trabajos profesionales.
- Determinar qué características deberá tener el estudio fotográfico que se ofrece para que sea útil al mercado.
- Plantear la estrategia de marketing para la promoción y venta del servicio de alquiler del estudio.
- Determinar los costos de la inversión necesaria para la instalación del negocio y saber si éste es rentable.

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado servirá para recopilar datos que permitan tener un conocimiento más acertado y específico del mercado.

3.1. Objetivo del Estudio de Mercado

3.1.1 Objetivos generales

- Identificar el interés que tendría el mercado objetivo en alquilar un estudio fotográfico.

3.1.2 Objetivos específicos

- Determinar las preferencias de los usuarios por la fotografía.

- Saber la percepción del cliente con respecto al servicio.
- Conocer cuál será la potencial competencia.
- Conocer las preferencias del consumidor para la localización del negocio.

3.2. Plan de Muestreo

El sector geográfico del mercado objetivo principal es la ciudad de Guayaquil, sectores centro y norte.

El servicio de alquiler del estudio fotográfico está dirigido a jóvenes y adultos sin distinción de género sean estos, estudiantes, aficionados o profesionales de la fotografía que no tengan estudio propio.

La edad comprende desde los 18 hasta los 90 años. El rango de edad es amplio tomando en consideración, según el último censo de fotógrafos, que en el Ecuador el fotógrafo más joven tiene 20 años y el más viejo 88. Además que los estudiantes de fotografía en universidades e institutos superiores comienzan sus estudios aproximadamente a los 18 años. (INEC, 2010)

Se consideran nivel socio económico medio y medio alto, debido a que los equipos para fotografía son costosos y el alquiler de los mismos debe tener un precio acorde a la prestación de los mismos.

Por vía telefónica se pudo hacer un sondeo para saber la cantidad de estudiantes activos en las carreras afines a la fotografía. El resultado fue de 3333 personas. Con relación a los profesionales de la fotografía se pudo saber que en la ciudad de Guayaquil existen alrededor de 814 fotógrafos. (Fotógrafos ecuatorianos, 2013)

Con estos datos se plantea llegar a un mercado meta del 58% de los estudiantes y aficionados a la fotografía, es decir que se fija tener un alcance de 1933 personas. Con relación a los fotógrafos profesionales se plantea llegar al 58% de ellos, lo que da un alcance meta de 472 personas.

3.3. Definición de la Muestra

Se ha tomado en consideración los siguientes parámetros para calcular el tamaño de la muestra en estudiantes afines a la fotografía:

Tabla 1. Definición de la muestra

Datos	Valores
Porcentaje de error	6%
Nivel de confianza	1.645
Tamaño de la población	3333

Aplicamos estos valores para sacar el cálculo de la muestra para muestreo aleatorio simple:

Tabla 2. Reemplazo de valores

Variable	Descripción	Valores
n	Tamaño de la muestra	6.8

Variable	Descripción	Valores
Z	Nivel de confianza (90%)	1.645
Variable	Descripción	Valores
P	Probabilidad de éxito	0.5
Q	Probabilidad de fracaso	0.5
E	Máximo error permisible	0.06

La fórmula para determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Figura 1. Fórmula

El cálculo de la muestra es de 178 encuestas a realizarse.

3.4. Definición de la Muestra

Una vez definida la muestra la cual su valor es de 178 personas, se procede a plantear la encuesta, la cual debe estar alineada según los objetivos de la investigación y proporcionar información como perfil del cliente, información de la competencia, preferencias y características del servicio.

Figura 2. Modelo de encuesta

Justificación: Estimado(a), la finalidad de esta encuesta es recopilar los datos necesarios para la creación de una empresa que brindará servicio de alquiler de un estudio fotográfico y asistencia en postprocesado digital. Proyecto enfocado a estudiantes, aficionados y profesionales de la fotografía. Las respuestas que nos proporcione nos ayudarán a determinar la correcta implementación del mismo. Agradecemos cordialmente por su tiempo.

Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

- **Género**
Masculino Femenino
- **Edad**
Menores de 18 18-30 30-50 Mayores a 50
- **Ocupación**
Sólo estudia Sólo trabaja Estudia y trabaja Ninguna de las anteriores

- 1) ¿Cuál es su área de estudios académicos o profesión?

- 2) ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene con respecto a la fotografía?
Avanzado Intermedio Básico Sin conocimiento alguno
- 3) ¿Conoce o ha escuchado acerca de algún estudio fotográfico que brinde el servicio de alquiler de sus instalaciones y equipos en la ciudad de Guayaquil?
SI NO
- En el caso que su respuesta corresponda a SI, escriba el o los nombres que usted recuerde. Caso contrario dirijase a la pregunta 6.

- 4) De los estudios fotográficos que acaba de mencionar ¿Cómo califica el servicio que éstos brindan al público?
Bueno Regular Malo

¿Por qué? _____

- 5) ¿Tiene usted fácil acceso a los estudios fotográficos que acaba de mencionar?
SI NO

En el caso que su respuesta corresponda a NO, por favor indiquen el factor que interfiere para que usted no pueda acceder a dichos estudios fotográficos.

- Económico Falencias del servicio
Geográfico Falta de información referente al servicio
Falta de confianza El tiempo
Otros: _____

- 6) De existir un estudio fotográfico al que usted pueda acceder, indique en orden jerárquico que considera más importante para realizar su trabajo. Sabiendo que 1 es el de mayor prioridad y 7 es de menor prioridad.

- El espacio
La ubicación del local
Cámaras y objetivos disponibles
La iluminación y accesorios varios
La privacidad
El costo
Servicios adicionales de apoyo

- 7) Teniendo en cuenta que exista un estudio fotográfico que goce con todas las facilidades y requerimientos según las necesidades que usted ha expresado. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la hora de alquiler dicho servicio?

\$ 15 - \$ 25 \$ 25 - \$ 35 \$ 35 - \$ 45

- 8) ¿Qué horarios cree usted que son más convenientes al momento de alquilar un estudio fotográfico para prácticas académicas o trabajos profesionales?

- Lunes a viernes Mañana
Sábados y domingos Tarde
Noche

- 9) Además del alquiler de las instalaciones y los equipos de fotografía. ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezcan en el estudio?

- Postprocesado fotográfico digital
Impresión
Gigantografías
Cursos de fotografía
Maquillaje y peinados
Alquiler de equipos fuera del estudio
Otros _____

- 10) ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil prefiere usted que exista un estudio fotográfico de alquiler, con todos los servicios que usted ha detallado previamente en esta encuesta?

- Centro
Norte
Sur

3.5. Diseño de la entrevista

El siguiente modelo de entrevista será entregada a personas específicas, en este caso a los profesionales de la fotografía, esto como fin de conocer la opinión de ellos y obtener resultados cualitativos a la hora de tomar conclusiones.

1. ¿Desde cuándo ejerce la fotografía?
2. Como fotógrafo(a). ¿Cuál es su especialidad?
3. ¿Posee estudio fotográfico?
4. ¿Cuál es la importancia de tener un estudio fotográfico disponible?

5. ¿Estaría dispuesto a pagar un estudio fotográfico de alquiler por horas y cuánto pagaría?
6. ¿Qué estudios de alquiler conoce en la ciudad de Guayaquil?
7. ¿Cree usted que en la ciudad de Guayaquil no hay suficientes estudios de alquiler?
8. ¿Qué equipos cree usted que son necesarios para tener un estudio fotográfico completo?
9. ¿Retoca usted mismo sus fotografías?
10. ¿Cuánto paga o pagaría por retocar sus fotografías digitales. Considere si pagaría por foto o por hora de trabajo.

3.6. Conclusiones de la Investigación

En Guayaquil, nuestro público objetivo sí tiene conocimiento sobre fotografía. El 82% de los encuestados conocen sobre estudios que brinden el servicio de alquiler pero no podrían calificarlos. Esto se debe a que no han tenido la necesidad de requerir uno por algún impedimento, entre ellos el factor económico, la ubicación, calidad de servicio, equipos u otros factores. Aun así, consideran que esos factores son necesarios para la decisión de adquirir el servicio de alquiler. Además se pudo saber que se puede dar servicios complementarios como alquiler fuera del estudio, cursos de fotografía, maquillajes y peinado y postprocesado fotográfico digital.

Es importante considerar que los días ideales para alquilar un estudio son los fines de semana y que el estudio se encuentre ubicado en una zona de mayor concurrencia entre el centro y el norte de la ciudad.

Se realizaron entrevistas a diferentes fotógrafos de la ciudad de Guayaquil, entre ellos profesionales con estudio propio y otros que no lo tienen. En base a las respuestas de dichos fotógrafos se logró concluir que todo profesional necesita un lugar fijo para hacer sus producciones en estudio. No importa su especialidad, todos en su momento han necesitado de un estudio.

Todos ellos coincidieron que en Guayaquil son pocos los lugares que alquilan estudios fotográficos completos. Algunos los prestan o alquilan pero no son conocidos en el mercado de estudios de alquiler. Entre los conocidos están: El estudio de Chantal Fontaine, Roy Torres y Pablo Rivas.

Con relación a los precios, todos estarían dispuestos a pagar un servicio de esa naturaleza pero también necesitarían que cuenten con suficientes luces y accesorios para realizar sus trabajos. También requieren que el lugar sea espacioso.

En cuanto al trabajo de retoque o postproducción fotográfica, se llegó a la conclusión que los fotógrafos finalizan sus propios trabajos. Pero en algún momento sí podrían necesitar de un profesional para trabajos de retoque de gama más alta y con excelentes acabados.

Solo así podrían pagar por un servicio de postproducción.

4. Plan de desarrollo

4.1. Características del servicio

Es un servicio de alquiler de un estudio fotográfico completo. El estudio pone a disposición el espacio físico, las instalaciones, cámaras fotográficas, objetivos de varias gamas, equipos de iluminación y un asistente de estudio. Además, las facilidades para realizar la práctica de la fotografía de estudio en cualquiera de sus aplicaciones.

Con relación a los costos de alquiler se ha pensado en adaptarlos para cobrar un precio que se ajuste a la economía de los aficionados o a la de los profesionales. Se ha llegado a la conclusión que lo más conveniente es cobrar los servicios por hora.

Como valor agregado al servicio de alquiler, se pone a disposición el trabajo de retoque o postprocesado digital de material fotográfico. Atendiendo a la necesidad de muchos fotógrafos que no cuentan con los conocimientos o el tiempo para las largas horas que conlleva realizar este trabajo.

4.2. Equipo de trabajo

Para el correcto funcionamiento del negocio se necesita del siguiente personal:

- Director General
- Diseñador Gráfico
- Asistente Técnico de Estudio
- Asistente Contable

4.3. Equipos y maquinarias

- 1 Cámara Canon EOS 5D Mark III
- 1 Cámara Fotográfica Canon 7D

Luces de estudio y accesorios:

- 9 flashes estroboscópicos de 300w (con la lámpara de modelado 75w ajustable).
- 9 Soportes de luz (70-200cm Altura).
- 2 Soportes tipo Boom.
- 2 Soporte para backing.
- 6 Soft Box 50x70cm.
- 2 Trigger de 4 canales inalámbricos (RT-04 transmisor y receptor para Nikon y Canon).
- 3 Paraguas Plata/Negro (33").
- Paraguas Blancos (33").
- 2 Accesorios de luz con rejilla de panal y 4 geles de colores.
- 2 Trípodes para cámara.
- 1 Caja de luz para fotografía de productos.
- 1 Mesa de luz para fotografía de productos.
- 2 Flashes externos Canon.

- 2 Baterías portátiles para luces de estudio.

Equipos de computación

- 1 iMac 21.5" Core i3 / 8Gb RAM / 500Gb SATA / Mac OS x 10.6
- 3 Portátil Toshiba Core i5 / 8Gb RAM / 500 Gb SATA / Windows 8
- 1 Tableta digitalizadora Wacom
- 1 Impresora HP multifunción
- 2 UPS Reguladores
- 1 disco duro externo 1TB
- 3 Memorias USB
- 4 Memorias Compact Flash

Licencia para Adobe Master Collection CC anual
 Muebles y enseres de oficina

(Taylor-Haw, 2009)

4.4. Lugar de Trabajo

4.4.1 Situación geográfica

El estudio se ubicará en un punto accesible al Norte de la ciudad de Guayaquil. En la Plaza Sai Baba que se encuentra en la Av. Juan Tanca Marengo Km. 4.5.

4.4.2 Área de estudio

El área completa del local es de 120 m² y se divide en:

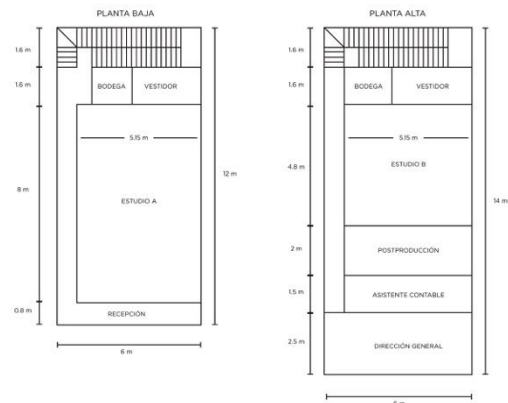
Tabla 3. Área del estudio

Planta Alta
6 m x 12 m = 72 m ² aprox.
Planta Baja
6 m x 14 m = 84 m ² aprox.

4.4.3 Distribución de planta

En la planta baja se ubicará la recepción y el estudio principal. En la planta alta las oficinas de administración, contabilidad y retoque fotográfico, además de un espacio para un estudio secundario. Cada estudio contará con su respectiva bodega para equipos y un vestidor o camerino.

Figura 3. Distribución de Planta



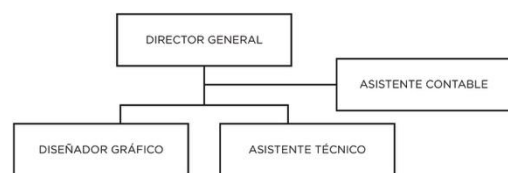
4.5. Estrategia de promoción

El contacto con los clientes se realizará por tres medios:

1. Redes Sociales: Entre ellas Facebook, Twitter o Instagram. Son un potencial medio de contacto ya que contienen en gran mayoría al público objetivo en el que se está enfocando el servicio.
2. Marketing Directo: Distribución de volantes o mailing. Para llegar al cliente de forma más directa y personal.
3. Buscar el contacto directo con el público objetivo mediante charlas informativas en institutos, facultades o unidades educativas que tengan relación con la fotografía.

4.6. Organigrama

Figura 4. Organigrama



(Emprendepyme.net)

4.7. Identidad visual

Figura 5. Identificador



El identificador debe estar ligado al concepto de marca que significa el alquiler del espacio para que las personas por medio de la práctica se hagan unos “maestros” en la fotografía. En la parte del isotipo se presenta la M tridimensional como el espacio del espacio del estudio a alquilar, esto complementa con la parte textual que vendría a ser el logotipo representando al nombre de la empresa. (Costa, 1999)

Este logo se desarrolla bajo la tendencia del minimalismo, el uso de colores y elementos planos a pesar que el ícono da apariencia de tridimensionalidad. Se buscó que sea legible, moderno y adaptable a diferentes formatos digitales e impresos.

4.8. Estrategia de promoción

Se debe tomar en cuenta que es un mercado bastante segmentado y por ello la estrategia debe ser orientada a esta condición. Se considera que el mejor medio para llegar al público objetivo es mediante redes sociales.

Como se tiene una buena parte de nuestro mercado meta en centros de estudios, se pedirá permiso a las autoridades pertinentes para colocar afiches publicitarios en tableros de anuncios.

El trabajo del vendedor será llamar a los centros de estudio y sacar los permisos para colocar publicidad o entregar volantes. De ser posible, organizará charlas para que los estudiantes puedan saber mucho más de los servicios que brinda la empresa.

El objetivo de la campaña publicitaria es dar a conocer el estudio, mantener un contacto permanente con la audiencia mediante noticias, promociones y principalmente crear afinidad con la marca.

4.9. Plan de contingencia

En caso que el servicio de alquiler no dé el ingreso necesario para cubrir los gastos, se procederá a realizar producciones fotográficas propias del estudio. Utilizar los equipos en otras facetas de la fotografía como la publicitaria, productos, modas, eventos sociales. Por otro lado se tiene el conocimiento de diseño gráfico y se aprovechará este recurso para dedicarlo al servicio de la publicidad. Adicional a esto se brindará cursos de fotografía de estudio a las personas interesadas.

5. Análisis Financiero

El negocio de Alquiler de Estudio Fotográfico necesita una revisión sobre los costos de inversión necesarios para poner en marcha las actividades comerciales.

El objetivo es poder saber si el negocio es rentable o no. Por ello, a continuación se detallan los costos y gastos que se deberán hacer. Y al final se explicará si existe viabilidad o no con este tipo de negocio.

5.1. Inversión inicial

En la siguiente tabla se detalla el monto que se debe invertir en el negocio.

Tabla 4. Inversión inicial

Inversión Inicial	
Maquinarias y equipos	\$18.850,00
Muebles y equipos de oficina	\$3.345,00
Gastos de constitución	\$1.200,00
Campaña publicitaria inicial	\$1.800,00
Capital de trabajo	\$13.935,11
TOTAL	\$39.130,11

5.2. Financiamiento del proyecto

El proyecto se financiará mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento, que entrega préstamos para compra de activos fijos y capital de trabajo. Actualmente tiene una tasa de interés de 10% y da facilidad para el inicio de nuevas empresas con préstamos en Plan de Inversión desde \$20.000 hasta \$100.000.

5.3. Estado de resultados

Este estado nos ayuda a descifrar nuestro margen de utilidad neta.

Tabla 5. Estado de resultados

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ventas Brutas		\$ 126.000,00	\$ 153.189,47	\$ 171.572,21	\$ 196.235,72	\$ 228.003,38
- Descuentos sobre Ventas		\$ 6.300,00	\$ 7.659,47	\$ 8.578,61	\$ 9.811,79	\$ 11.400,17
Ventas Netas		\$ 119.700,00	\$ 145.530,00	\$ 162.993,60	\$ 186.423,93	\$ 216.603,21
- Costo de Ventas		\$ 50.840,44	\$ 54.060,44	\$ 55.776,44	\$ 57.578,24	\$ 59.470,13
UTILIDAD BRUTA	0,00	\$ 68.759,57	\$ 91.469,57	\$ 107.217,17	\$ 128.845,70	\$ 157.133,09
Gastos						
Gastos Administración	0,00	\$ 4.800,00	\$ 5.280,00	\$ 5.544,00	\$ 5.821,20	\$ 6.112,26
Gastos Generales	0,00	\$ 17.568,00	\$ 17.808,00	\$ 18.048,00	\$ 18.288,00	\$ 18.528,00
Gastos de Distribución		\$ 3.600,00	\$ 4.800,00	\$ 5.400,00	\$ 6.000,00	\$ 6.600,00
Gastos de Publicidad	0,00	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.079,00	\$ 18.500,00	\$ 19.425,00
Permisos		\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Amortización		\$ 3.387,02	\$ 3.387,02	\$ 3.387,02	\$ 3.387,02	\$ 3.387,02
Depreciación		\$ 6.257,10	\$ 6.257,10	\$ 6.257,10	\$ 6.257,10	\$ 6.257,10
Total Gastos	0,00	\$ 38.162,12	\$ 40.262,12	\$ 41.465,12	\$ 53.348,32	\$ 55.404,38
Utilidad antes de trabajadores	0,00	\$ 30.597,44	\$ 51.207,44	\$ 65.752,04	\$ 75.497,37	\$ 101.728,71
- Participación de trabajadores (15%)	0,00	\$ 4.589,62	\$ 7.681,12	\$ 9.862,81	\$ 11.324,61	\$ 15.259,31
Utilidad antes de impuestos	0,00	\$ 26.007,83	\$ 43.526,33	\$ 55.889,24	\$ 64.172,77	\$ 86.469,40
- Impuestos (22%)	0,00	\$ 5.721,72	\$ 10.011,06	\$ 12.354,52	\$ 14.759,74	\$ 19.887,96
UTILIDAD NETA	0,00	\$ 20.286,10	\$ 33.515,27	\$ 43.034,71	\$ 49.413,03	\$ 66.581,44
Margen de Utilidad Bruto		54,57%	59,71%	62,49%	65,66%	68,92%
Margen de Utilidad Neto		16,10%	21,88%	25,08%	25,18%	29,20%

5.4. Recuperación de la inversión

En esta tabla se determina si el negocio tiene liquidez con el pasar de los años.

Tabla 5. Recuperación de la inversión

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Utilidad Neta	\$20.286,10	\$33.515,27	\$43.034,71	\$49.413,03	\$66.581,44
Más - Depreciación	\$6.257,10	\$6.257,10	\$6.257,10	\$6.257,10	\$6.257,10
Más - Amortización	\$3.387,02	\$3.387,02	\$3.387,02	\$3.387,02	\$3.387,02
Total	\$29.930,23	\$43.159,39	\$52.678,83	\$59.057,15	\$76.225,56
Inversiones Netas	\$40.000,00				
Flujo de Caja Neto	\$-10.069,77	\$43.159,39	\$52.678,83	\$59.057,15	\$76.225,56
Balance del Proyecto	\$-10.069,77	\$33.089,62	\$85.768,45	\$139.170,61	\$209.741,17
Periodo de Recuperación	\$0,00	\$1,77	\$0,00	\$0,00	\$0,00

6. Conclusiones

Se llegó a diferentes conclusiones que servirán para que el negocio funcione como se estima conveniente. El mercado potencial son los fotógrafos sin estudio propio y los fotógrafos aficionados en etapa de formación. Se brindará la posibilidad de contar con dos tipos de estudio, uno básico y otro profesional, cada uno con un precio que se adapte a la producción que se vaya a realizar.

Es importante comenzar con una mínima fuerza de ventas. La falencia que se encontró en negocios similares, es que no han puesto énfasis en la publicidad y promoción de los servicios. Es de vital importancia el contacto directo con los potenciales clientes.

En la ciudad de Guayaquil si existen estudios que se pueden alquilar o establecimientos donde alquilan equipos. Pero no existe uno que se dedique exclusivamente al alquiler de todo el espacio, los equipos de iluminación y cámaras en un precio accesible al público interesado.

Con relación al servicio de retoque se pudo notar que la mayoría de estudiantes se encargan ellos mismos de la edición de su material fotográfico. Pero los profesionales si están dispuestos a pagar por la edición de sus producciones, eso aliviana el trabajo del fotógrafo, pero la exigencia es mayor ya que todo es a un nivel más profesional. En especial cuando la fotografía va enfocada al ámbito publicitario.

Con relación a la proyección de ingresos se pudo saber que los ingresos son mayores que los egresos y por lo tanto la empresa va a tener liquidez, con un flujo de caja que permita desarrollar las actividades comerciales de forma normal. Además, se nota que siguiendo un índice moderado de producción se proyectan utilidades netas positivas desde el primer año de actividad.

7. Recomendaciones

Se recomienda no dejar de hacer publicidad del negocio mediante campañas constantes de promoción en medios digitales ya que estas permitirán mantenerse posicionado en el mercado.

Con las utilidades proyectadas ya en el segundo año se podría recuperar la inversión, lo que permitiría que al tercer año se plantee reservar un 50% de dichas ganancias para ampliar el negocio. Pensar en algún lugar propio o un espacio más grande o la renovación de equipos.

Dependiendo de la acogida que tengan los servicios de retoque y postproducción fotográfica, se sugiere pensar en servicios adicionales de alto retoque, contratar mejores profesionales en el área y darle énfasis a este servicio.

8. Agradecimientos

A las diferentes Universidades e Institutos por facilitar información sobre los estudiantes activos en carreras afines a la fotografía.

Al portal [fotografosecuadorianos.com](http://www.fotografosecuadorianos.com) por permitir el acceso a datos relevantes sobre el mercado de los fotógrafos en el Ecuador.

9. Referencias Bibliográficas

INEC. (2010). Obtenido de <http://www.inec.gob.ec>
Secretaría Nacional de Comunicación.

Fotógrafos ecuatorianos. (2013). Obtenido de <http://www.fotografosecuadorianos.com>
Emprendepyme.net.

Costa, J. (1999). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. La Crujia ediciones.

Taylor-Haw, C. (2009). *La Iluminación en el estudio fotográfico*. (E. Omega, Ed.)