



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE
CHIMBORAZO**

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y
COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO
EXTERIOR**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN Y
PRODUCCIÓN DE FOTOGRAFÍA PAISAJISTA DEL ECUADOR, PARA
EXPORTAR AL MERCADO ESTADOUNIDENSE – NUEVA YORK POR
LA MICRO EMPRESA FOTO STUDIO DIGITAL MALDONADO DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA PARA EL PERÍODO 2012-2015.**

MARÍA ISABEL MALDONADO CORONEL

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema:

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE FOTOGRAFÍA PAISAJISTA DEL ECUADOR, PARA EXPORTAR AL MERCADO ESTADOUNIDENSE – NUEVA YORK POR LA MICRO EMPRESA FOTO STUDIO DIGITAL MALDONADO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PARA EL PERÍODO 2012-2015.”previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, siendo este desarrollado por la señorita María Isabel Maldonado Coronel, la misma que han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova

Director de Tesis

Ing. Mónica Isabel Izurieta Castelo

Miembro del Tribunal

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, María Isabel Maldonado Coronel estudiante de la Escuela Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera Comercio Exterior declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

.....

María Isabel Maldonado Coronel

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza y fe necesaria en cada momento para alcanzar mi meta, a mi madre que dio todo su sacrificio, amor y dedicación para que llegara a alcanzar este logro más en mi vida, y a mis hermanos que me brindaron su apoyo incondicional en cada paso de mi vida.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mi madre que se encuentra en cielo y no alcanzo a mirar la culminación de mi carrera pero que cuando estuvo aquí físicamente siempre me brindó su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me dio todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y dándome un buen ejemplo para poder realizarme como persona.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers

ÍNDICE CONTENIDO

Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificación de autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Indice contenido.....	VI
Indice de tablas	X
Índice de imágenes.....	XI
Índice de gráficos.....	XII
Indice de anexos.....	XII
Introduccion	- 14 -
Capítulo I	- 16 -
1. Planteamiento del problema.....	- 16 -
1.2. Generalidades de la micro empresa Foto Studio Digital Maldonado	- 16 -
1.3 Antecedentes	- 16 -
1.4 Reseña histórica	- 18 -
1.5 Ubicación geográfica	- 19 -
1.6. Misión	- 19 -
1.7. Visión.....	- 19 -
1.8. Estructura orgánica	- 20 -
1.8.1. Estructura funcional	- 20 -
1.8.1.1. Gerente.....	- 20 -
1.8.1.1.1. Funciones del gerente	- 20 -
1.8.1.2. Secretaria	- 21 -
1.8.1.2.1. Funciones de la secretaria	- 21 -
1.8.1.3. Departamento de contabilidad	- 21 -
1.8.1.3.1. Funciones de la contadora.....	- 21 -
1.8.1.3.2. Funciones de caja.....	- 21 -
1.8.1.4. Departamento técnico	- 22 -
1.8.1.4.1. Funciones de editor de fotografía	- 22 -
1.8.1.4.2. Funciones del editor de video	- 22 -
1.8.1.4.3. Función de camarógrafos.....	- 22 -

1.8.1.5. Departamento mercadológico	22 -
1.8.1.5.1. Funciones del publicista.....	22 -
1.9. Valores corporativos	23 -
Capítulo II.....	24 -
Diagnóstico del sistema de producción, comercialización y registros económicos fiscales.	24 -
2.1. Análisis de la situación actual.....	24 -
2.1.1. Rol del Ministerio de Relaciones Exteriores dentro del comercio exterior ecuatoriano	27 -
2.1.1.1. Desarrollo de consorcios de exportación	27 -
2.1.1.2. Promoción de las pymes	28 -
2.1.2. Política comercial del Ecuador	29 -
2.1.2.1. Marco legal	29 -
2.1.3 Principales políticas comerciales	30 -
2.1.3.1 Normas comerciales.-	30 -
2.1 Macro entorno.....	31 -
2.2.1. Medio ambiente	31 -
2.2.1.1. Hidrocarburos clorados.....	31 -
2.2.2 Político económico y social	33 -
2.2.2.1 Ecuador tiene una política comercial "inteligente", congruente y patriota" ...	33 -
2.2.2.2 Aspecto económico ecuatoriano	34 -
2.2.2.3 Fiscal o legal	36 -
2.3 Micro entorno.....	37 -
2.3.1 Análisis del mercado estadounidense con la aplicación y utilización de fotografías en los distintos medios de comunicación e información, económica, política y social-	37 -
-	
2.3.2.1 Estados Unidos y su mercado	37 -
2.3.1.2. Medios de comunicación	39 -
2.4 Análisis foda	40 -
2.4.1. Análisis interno	40 -
2.4.2 Análisis externo	40 -
2.4 Foda priorizado	43 -
Capítulo III.....	46
3. Sistema de categorización y producción de fotografía paisajista del Ecuador, para exportar.	46
3.1 Reseña comparativa entre la fotografía tradicional y la digital.	46
3.1.1 La fotografía tradicional.	49

3.1.2 La fotografía digital	49
3.1.2.1 Convirtiendo la fotografía tradicional en un negocio convencional.	50
3.1. 2.2 Ventajas de este tipo de negocio.	51
3.2. Como se produce, reproduce y comercializa la fotografía en los mercados con sistemas de apoyo tecnológico.....	52
3.2.1 Antecedentes de la propuesta.	52
3.2.1.1Desempeño actual de Foto Studio Maldonado	52
3.2.2. La fotografía Impresa de Foto Studio Digital Maldonado.....	53
3.2.2.1 Ejemplares exclusivos.....	55
3.2.2.2 Garantía de por vida.....	55
3.2.3. Incursión en el negocio de la fotografía digital.	56
3.2.3.1. Estudio de la demanda	56
3.2.3.1.1. Demanda potencial	56
3.3.Apoyado o fundamentado en los procesos actuales o existentes en el contexto internacional marcar o puntualizar el sistema propio de fotografía Maldonado.	60
3.3.1 Objetivos de la propuesta.	60
3.3.1.1Objetivo general.....	60
3.3.1.2 Objetivos específicos.	60
3.4. Desarrollo de la propuesta del sistema de categorización de fotografía paisajista. .	60
3.4.1 Introducción.	60
3.4.1.1 Imagen turística.....	61
3.4.1.2Formación de la imagen turística.....	63
3.4.1.3. Importancia de la imagen.....	64
3.4.2. Categorización de la fotografía paisajista del Ecuador.....	64
3.4.2.1 Categorización regiones naturales del Ecuador.	65
3.4.2.1.1Categoría costa.....	65
3.4.2.1.1.1. Sub categorías costa.....	68
3.4.2.1.2. Categoría sierra.	68
3.4.2.1.2.1. Sub Categorías sierra.	69
3.4.2.1.3. Categoría oriente (amazonia).....	69
3.4.2.1.3.1. Sub categorías oriente (amazonia).....	72
3.4.2.1.4 Categoría galapagos.	72
3.4.2.1.4.1 Sub categorías galápagos.	73
3.4.2.2. Formación de la imagen.....	74
3.4.2.3Registro de la imagen.	76
3.4.2.4. Revelado de la Imagen.....	76

3.4.2.5. Ventajas del método negativo-positivo.....	78
3.4.3. Flujo gramas de procesos de categorización y producción.....	78
3.5. Sistema logístico para la comercialización.....	82
3.5.1.Registro de exportador en el ecuapass.....	82
3.5.2. Trámite de declaración juramentada de origen (djo).....	83
3.5.3.Etapa de pre-embarque.....	83
3.5.4.Logística de comercialización y exportación.....	84
3.5.4.1. Microstock o comercio de fotografías.....	84
3.5.4.2. Procedimiento para ofertar nuestro producto digital.....	86
3.5.4.3. Cuánto dinero se puede ganar vendiendo fotos en internet.....	86
3.5.4.4. Dónde se venden las fotos en internet.....	87
3.5.4.5.Cómo y cuándo se cobran las ventas de fotos.....	88
3.5.4.6. Procedimiento para ofertar nuestro producto físico.....	89
3.6. Análisis económica financiera.....	91
3.6.1. Introducción.....	91
3.6.2. Presupuesto de costos y gastos.....	91
3.6.2.1. Costo materia prima y materiales directos.....	91
3.6.2.2. Costos de exportación.....	92
3.6.2.3. Costos de producción.....	92
3.6.2.4. Costo total.....	93
3.6.2.5. Estructura de costos.....	94
3.6.2.6. Gastos administrativos.....	95
3.6.2.7. Gastos de ventas.....	95
3.6.2.8. Equipo de cómputo.....	96
3.6.2.9. Capital de trabajo.....	96
3.6.3. Inversión total.....	97
3.6.3.1 Calculo depreciaciones.....	100
3.6.3.2 Calculo de amortizaciones.....	101
3.6.3.3. Determinación del producto.....	101
3.6.4Gasto personal.....	103
3.6.4.1Personal administrativo.....	103
3.6.4.1Personal técnico.....	104
3.6.4.1Matriz aportaciones al IESS.....	105
3.6.4 Financiamiento.....	107
3.6.4Determinación de los ingresos.....	108

3.6.4 Estados financieros	110
3.6.4.1 Balance general	110
3.6.4.1 Estado de pérdidas y ganancias	112
3.6.4.1 Flujo de caja	113
3.6.4 Estudio financiero	115
3.6.4.1 Valor actual neto	115
Capítulo IV	118
4.1. Conclusiones	118
4.2. Recomendaciones	119
Summary	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía	121
Lincografía	122
Anexos	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

No	Título	Pág.
1	Foda	47
2	Foda priorizada (Fortaleza)	48
3	Foda priorizada (Debilidades)	48
4	Foda priorizada (Oportunidades)	49
5	Foda priorizada (Amenazas)	49
6	Puntuación incidencias o impacto	50
7	Costo materia prima	99
8	Costo de exportación	100
9	Costo de producción	100
10	Costo total	101
11	Estructura de costos	102
12	Gastos administrativos	103
13	Gasto venta	104
14	Equipo de computo	104

15	Capital de trabajo	104
16	Inversión total	105
17	Calculo de depresiones	108
18	Calculo de amortizaciones	109
19	Determinación del producto	109
20	Gasto personal (Personal administrativo)	111
21	Gasto Personal (Personal técnico)	112
22	Matriz aportaciones al IEISS	113
23	Financiamiento	115
24	Matriz de fotografías vendidas	117
25	Matriz de ventas anuales	117
26	Balance general	118
27	Estado de perdidas ganancias	120
28	Flujo de caja	121
29	Calculo actual valor neto 1	123
30	Calculo actual valor neto 2	123
31	Tasa interna de retorno	124

ÍNDICE DE IMÁGENES

No	Título	Pág.
1	Ubicación geográfica	21
2	Estructura orgánica	22
3	Objetos de la imagen	64
4	Factores de la demanda	68
5	Formación de la imagen	80
6	Pasos de la formación de la imagen	82
7	Revelado de la imagen	84
8	Simbología de flujo grama	86
9	Flujo grama de categorización	87

10	Flujo grama proceso de producción	88
11	Registro de exportación ECUAPASS	90
12	Tramite de declaración juramentada (DJO)	90
13	Documentos digitales que acompañan a DAE a través de la ECUAPASS	91
14	Agencia para la venta de las fotografías	95
15	Procedimiento logístico de exportación de fotografías impresas	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No	Titulo	Pág.
1	Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013	62
2	Entrada de Extranjero al Ecuador 2012	63
3	Entrada de extranjeros al Ecuador 2013	64

ÍNDICE DE ANEXOS

No	Titulo	Pág.
1	Anexo 1	124
2	Anexo 2	125
3	Anexo 3	126
4	Anexo 4	127
5	Anexo 5	128
6	Anexo 6	129
7	Anexo 7	130
8	Anexo 8	131

9	Anexo 9	131
10	Anexo 10	132
11	Anexo 11	132
12	Anexo 12	133
13	Anexo 13	133
14	Anexo 14	134

INTRODUCCIÓN

El análisis de la propuesta de exportación de fotografías paisajistas del Ecuador producidas por la Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado ubicada en Chimborazo Cantón Riobamba, hacia al mercado de Estados Unidos – Nueva York se desarrolla al observar que nuestros paisajes son llamativos para los turistas Extranjeros cumpliendo las medidas que implanta el Estado, investigaciones obtenidas en datos históricos, estadísticas y análisis desarrollado por los autores para obtener una buena investigación.

Me complace profundamente contribuir con esta investigación al desarrollo empresarial de la Micro empres Foto Studio Digital Maldonado para que se vuelva más competitivo a nivel nacional como internacional.

Capítulo I.- Está conformado por las generalidades de la empresa que son: antecedentes, reseña histórica, estructura orgánica y funcional, visión y misión, objetivos, principios y valores.

Capítulo II.- Aquí se va encontrar el análisis Situacional del Ecuador, política Comercial del Ecuador, Macro entorno y Micro entornó, del análisis Estadounidense con la aplicación y utilización de fotografías en los distintos medios de comunicación e información económica política y social, también se encontrara el análisis de los resultados de la investigación, FODA de la organización y la capacidad de respuesta que tiene la misma.

Capítulo III.- Consta de la propuesta del Sistema de categorización y producción de fotografía paisajista del Ecuador para exportar, una breve reseña comparativa entre la fotografía digital y la tradicional, las ventajas de este tipo de negocio, a as de ello se encontrara el proceso de reproducción y comercialización la fotografía en los mercados con sistemas de apoyo tecnológico, sistema logístico, y por ultimo un análisis económico de la Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado.

Capítulo IV.- Conclusiones y Recomendaciones.

Finalmente: se encontrara la biografía y Anexos que se ha utilizado para esta investigación.

Por tal motivo se desea exportar directamente con los procedimientos necesarios para una negociación exitosa y a la vez obteniendo las utilidades esperadas y proyectadas al realizar este proyecto

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2. Generalidades de la Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado

La idea de exportar fotografías paisajistas del Ecuador hacia el mercado Estadounidense creció desde que se pudo observar que para los turistas es muy atractivo nuestro paisaje, al mismo tiempo que se puede ayudar a incrementar el nivel de turismo que existe.

La fotografía que puede capturar mediante la micro empresa Foto Studio Maldonado es de un alto nivel el cual es muy cotizado a nivel nacional por ese motivo la idea de implementar a un sistema de categorización para la exportación de fotografías paisajistas al mercado estadounidense.

El propietario de la micro empresa Foto Studio Maldonado tiene ideas innovadoras y emprendedoras al mismo tiempo que maneja muy minuciosamente la tecnología en lo que tiene que ver de la fotografía ya que por esta razón principalmente se ha entablado relaciones comerciales con Estados Unidos ya que son sus proveedores lo cual me ayudara para poder lograr la idea planteada.

1.3 Antecedentes

La historia de la fotografía estudia todos los aspectos relacionados con las imágenes fotográficas, a través del tiempo: procedimientos, inventores, fabricantes, autores de las fotografías, visión artística y documental, progreso técnico y evolución estética, aplicaciones, comercialización y consumo de imágenes fotográficas, difusión en otros medios de comunicación, conservación en museos y colecciones. Y su análisis, clasificación e interpretación.

La invención de la técnica fotográfica es el resultado de la combinación de diversos descubrimientos técnicos, la fotografía nace en un momento de tránsito de la sociedad pre-industrial a la sociedad industrial, favorecida por las innovaciones técnicas de la época.

A finales del siglo XX aparece un nuevo tipo de tecnología en los medios audiovisuales que supone un cambio de rumbo en la forma de utilizarlos. La digitalización ha liberado a la fotografía del carácter documental histórico ya que la manipulación de imágenes a través de la infografía ha permitido recuperar el imaginario pictórico y narrativo que se había perdido de la cultura visual como consecuencia de la aparición de la cámara.

Las nuevas tecnologías digitales tienen la capacidad de convertir lo real e intervenir sobre el registro de la imagen, hasta el punto de manipular y distorsionar las imágenes sin perder el realismo fotográfico con el que fueron captadas.

Para mi tesis es de gran ayuda que el Ecuador por su ubicación demográfica, sea un país distinguido ante los demás países por poseer un paisaje envidiable, ya sea por sus ríos, llanuras, montañas, nevados, regiones climáticas, costumbres y las diferentes culturas existentes los cuales son los principales atractivos para los visitantes.

El país se ha convertido en el cuarto más visitado de Sudamérica, a punto de superar al Perú. Ha sido seleccionado por varias instituciones internacionales, incluidas la Asociación Estadounidense de Operadores Turísticos, como el mejor del mundo para visitar; y la más reconocida Lonely Planet, considerada la biblia de los turistas, como el mejor destino en Latinoamérica y entre los 4 mejores del mundo para visitar. Mientras que World Travel lo calificó como el mejor destino verde a nivel mundial. También International Living lo calificó como el “Paraíso para jubilados retirados” y lo distinguió con el primer lugar en su Índice Anual de Retiro.

Las oportunidades que he observado es el poder captar en una fotografía los paisajes de nuestro país ya que si es admirado por las personas que nos han visitado porque no dar a conocer a al mundo, pero en este anteproyecto se quiere exportar a la ciudad de Nueva York de Estados Unidos, las fotografías paisajistas no son los principales productos de exportación, pero si bien es cierto con esfuerzo y sacando provecho del paisaje que nos brinda el país podemos convertirlo en uno de los productos principales y conocidos en los mercados internacionales. En el País existe una gran variedad de exportadores de productos de consumo humano, por ese motivo se ha dejado a un lado a los pequeños artesanos quienes dedican su tiempo para obtener un trabajo de calidad y eficiente que en este caso es la fotografía cuyo trabajo ya se ha reconocido a nivel nacional de este

modo se ha visto la necesidad de exportar y dar a conocer nuestro país en la producción de diferentes productos que tienen como base las fotografías paisajistas.

1.4 Reseña Histórica

En el año 2000 el gerente General (Jorge Maldonado) actual se planteó la idea de desarrollar un sistema fotográfico digitalizado pues en el mercado, no existía una empresa confiable que pudiese prestar esos servicios al público en general en la ciudad de Riobamba.

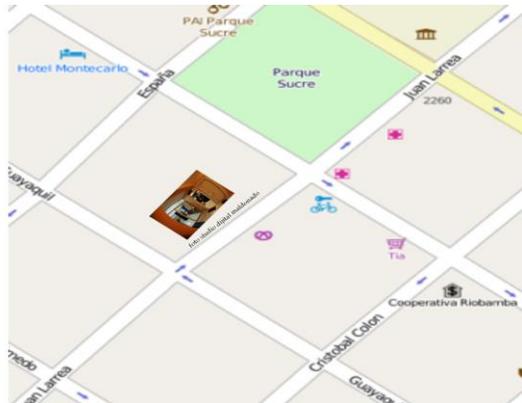
En esa época aún se utilizaban rollos fotográficos con los cuales se corrían muchos riesgos lo cual jamás impidió a esta empresa entregar un trabajo de calidad, eficiente y puntual. En aquel año la micro empresa poseía el nombre de FOTONEX el cual mantuvo un par de años ya que la perseverancia y la lucha diaria de este joven propietario lo impulsó a ponerle su apellido a la micro empresa, al pasar los años la tecnología ha ido avanzando y con ella la manera de impregnar un recuerdo en un papel también es así que se digitalizó automáticamente la micro empresa se innovó en la forma de toma de fotografías.

En el año 2005 se fue dejando atrás poco a poco los rollos fotográficos y digitalizándose en su totalidad fue en ese año la primera vez que mantuvo relaciones comerciales con Estados Unidos para la compra de equipos y accesorios fotográficos, el propietario Jorge Maldonado con temor y duda en un par de años confirmó la negociación y desde esa época los proveedores directos en los instrumentos (equipos y accesorios de fotos y video) ha sido la empresa BH PHOTOGRAPY Y VIDEO con la tecnología avanzada se pudo obtener unas fotografías de calidad y siendo pioneros en poseer fondos virtuales Background con los cuales ha ido avanzado su trayectoria y abriéndose mercado local, provincial y nacional con lo que su prestigio y su forma de trabajar ha sido reconocido ante los consumidores. En la actualidad ya está posicionado en el mercado nacional por aquello ha sido llamado a cursos internacionales en los cuales le ayudaran a prepararse en la fotografía e ir avanzando a la par con la tecnología.

1.5 Ubicación Geográfica

La Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado se encuentra ubicada en Ecuador provincia de Chimborazo ciudad de Riobamba barrio la merced en las calles Juan Larrea entre Guayaquil y 10 de Agosto

Imagen N° 1



Elaborado: Autora

1.6. Misión

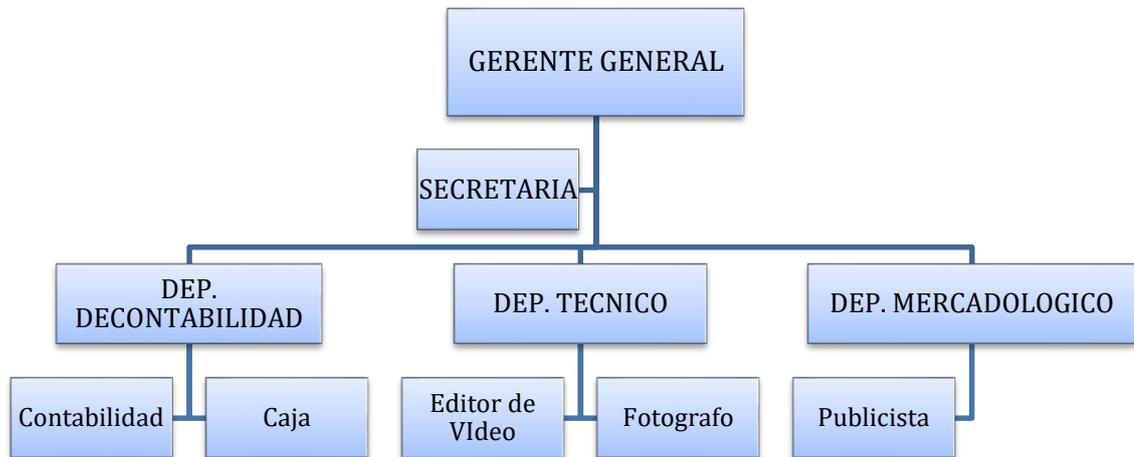
Somos un estudio fotográfico dedicado a Capturar los momentos más especiales y emotivos de nuestros clientes, contando con el más alto grado de profesionalismo, materiales y equipos de vanguardia para llevar cualquier tipo de eventos en el área de fotografía profesional de estudio, contribuyendo así al adelanto de nuestra ciudad en el mundo fotográfico. Cubrimos fiestas de 15 años, matrimonios, bautizos, primeras comuniones, graduaciones y cualquier otro tipo de evento social o particular.

1.7. Visión

Ser reconocidos en el ámbito internacional destacándonos por nuestro compromiso con el arte de la fotografía, y estar siempre a la vanguardia con tecnología de punta.

1.8. Estructura Orgánica

Imagen N°1.2



FUENTE: Foto Studio Digital Maldonado

ELABORADO: Foto Studio Digital Maldonado

1.8.1. ESTRUCTURA FUNCIONAL

1.8.1.1. Gerente

Un gerente es aquel que se encarga de que su organización funcione por completo, es la base del trabajo y todos los empleados se mueven respecto a él o ella, es por eso que es de extrema importancia que exista una buena relación gerente-empleado.

1.8.1.1.1. Funciones del Gerente

- Realiza los presupuestos anuales
- Realiza informes económicos / administrativos
- Revisión de informes contables
- Aprueba y desaprueba : aumentos salariales, adelantos
- Toma de Decisiones

1.8.1.2. Secretaria

Es la persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de su superior, llevar adelante la agenda de éste además custodiar y ordenar los documentos de una oficina. El cargo que ocupa una secretaria suele conocerse como auxiliar administrativo.

1.8.1.2.1. Funciones de la Secretaria

- Toma apuntes en las reuniones
- Archiva documentos
- Recibe y envía documentos
- Brinda información
- Coordina la agenda del gerente

1.8.1.3. Departamento de Contabilidad

Se encarga de los trámites financieros de la microempresa, cuadra libros de contabilidad y demostrar a final de año si existió déficit o superávit.

1.8.1.3.1. Funciones de la Contadora

- Cuadra los balances.
- Realiza balances, Estado de Situación Inicial Asientos Contables, Estado de Resultados, Estado Financiero.
- Responsable frente al Estado y el SRI.
- Cuadra Cuentas Ingresos. Egresos.
- Presenta Estados Financieros.
- Roll de Pagos.
- Presentación de Pérdidas y Ganancias.

1.8.1.3.2. Funciones de Caja

- Cuadra los ingresos diarios
- Responsable con el dinero

1.8.1.4. Departamento Técnico

Se encarga de toda edición de fotografía y video los cuales ayudan al consumidor final obtener un servicio de calidad.

1.8.1.4.1. Funciones de Editor de Fotografía

- Toma de Fotografía
- Edición y corrección de fotografías
- Se ocupa de la edición apoyada en computadores de imágenes digitales

1.8.1.4.2. Funciones del Editor de Video

- Elabora un trabajo audiovisual o visual a partir de medios que pueden ser archivos de video, fotografías, gráficos, o animaciones
- Editor manipula los medios con ayuda de diferentes herramientas, para así lograr una "composición" deseada y obtener un resultado final, comúnmente llamado "video final" o "película final".

1.8.1.4.3. Función de Camarógrafos

- Encargado de capturar las imágenes tanto dentro de la micro Empresa como fuera de la misma
- Comunicación con el cliente

1.8.1.5. Departamento Mercadológico

Se encarga de dar a conocer los servicios que ofrece la micro empresa con sus promociones, paquetes y diversidades que posee.

1.8.1.5.1. Funciones del Publicista

- Elabora Promociones, paquetes
- Diseña productos novedosos llamativos para el cliente.

Fuente: Foto Studio Digital Maldonado

Elaborado: Autora

1.9. Valores Corporativos

La Micro Empresa Foto Studio Maldonado a través de los años se ha caracterizado por los siguientes valores:

- **Profesionalismo:** se refiere a la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión de la empresa.

Involucrarnos a fondo en cada tarea con la motivación de que en ello se sustenta el crecimiento de nuestra empresa.

Asumir el compromiso que adquirimos al incorporarnos a la empresa, respecto a la realización de nuestro trabajo con gusto, optimismo y plenitud de entrega.

- **Honestidad:** El valor de la “honestidad” tiene que ver con la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes de Foto Studio Maldonado.

Proceder con honradez e integridad en nuestras actividades diarias, buscando ser ejemplo para los demás.

- **Amor:** El amor por hacer profesión garantiza un esfuerzo y esmero por lograr productos de óptima calidad para nuestros clientes, y el crecimiento continuo de cada una de las personas que conforman la empresa.
- **Respeto:** El respeto se practica con un principio fundamental, aplicándolo constantemente en el trato con nuestros compañeros y con el cliente como parte integral de nuestra compañía.
- **Excelencia:** El desarrollo productos novedosos y el alcance de nuestros objetivos integrando honestidad, amor y respeto garantizan la excelencia nuestra compañía, el personal humano y el de nuestros clientes

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y REGISTROS ECONÓMICOS FISCALES.

2.1. Análisis de la Situación Actual

La economía del Ecuador transita por la ruta del proceso de modernización, por lo que se han llevado a cabo una serie de reformas estructurales, administrativas y legales con el propósito de abrir la economía hacia el mercado internacional en orden a incrementar la eficiencia en las actividades productivas, dinamizar la intervención del estado en la economía y fortalecer los sectores productivos no tradicionales.

Actualmente la economía del Ecuador se encuentra bajo el esquema de dolarización, que persigue el crecimiento económico sostenido del país. En ese contexto, se han logrado importantes acciones en la estabilidad económica, en la planificación, la apertura de mercados, el saneamiento del sistema financiero, el reordenamiento del estado y en devolver la capacidad económica a los individuos, todo lo cual ha redundado en la reactivación productiva.

Asimismo, la reinserción del Ecuador en el sistema financiero internacional ha permitido la consecución de créditos internacionales para el sector productivo. Estos recursos se han canalizado con éxito a través de la corporación financiera nacional.

Al igual que otros países de América Latina, el Ecuador ha desarrollado un amplio programa orientado a restablecer el equilibrio macroeconómico y mantener una economía sólida.

El Ecuador, al igual que la mayor parte de los países latinoamericanos, ha logrado establecer un marco institucional moderno y especializado, basado en la promulgación de la ley de comercio exterior e inversiones, a través de la cual se creó el consejo de comercio exterior e inversiones –COMEXI.

Este consejo está integrado por el presidente de la república o su representante permanente, quien lo preside; los ministros de comercio exterior, industrialización y

pesca; finanzas y crédito público; relaciones exteriores; agricultura y ganadería; y turismo; el presidente de la federación ecuatoriana de exportadores; el de la federación nacional de cámaras de industrias del ecuador o su representante; el presidente de la federación nacional de cámaras del ecuador; el presidente de la federación nacional de cámaras de agricultura del ecuador y un delegado de los sectores agropecuario, acuacultor y pesquero y de productos de exportación a nivel nacional.

Esta mención es solamente para significar que existe una adecuada articulación entre los sectores público y privado, en cuanto a la promoción del comercio exterior, el diseño y ejecución de la política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, que desarrollan actividades de comercio o relacionadas con este, salvo las exportaciones de hidrocarburos que realiza el estado ecuatoriano y que continúan sujetas al ordenamiento legal que las regula.

El COMEXI establece estrategias para incentivar al sector productivo, con el objetivo de lograr la apertura de mercados, y alienta la modernización del estado. La institución fue creada en el marco de la ley de comercio exterior e inversiones LEXI y busca la participación real del sector privado en su aplicación.

Además, el COMEXI es la cabeza de los sistemas nacionales de promoción externa y de promoción de inversiones, este último creado por la ley de promoción y garantía de las inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos del país. Las transformaciones que se están gestando en el mundo tienen un efecto sobre los agentes económicos y la sociedad en su conjunto al interior del país.

La globalización, la integración de bloques económicos, la apertura de mercados y la firma de acuerdos internacionales en aspectos económicos, ambientales y de normalización, comprometen al país a revisar sus políticas, el marco legal vigente, los

mecanismos de negociación interna y externa y de concertación para lograr un desarrollo nacional sostenible.

El Ecuador se encuentra inmerso en esta etapa de cambios y la ley de comercio exterior e inversiones (de la cual el COMEXI es su expresión institucional) es una respuesta a los mismos.

Las funciones del COMEXI son las siguientes:

- Determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, integración e inversión directa.
- Proponer los lineamientos y estrategias de las negociaciones internacionales que el gobierno nacional realice en materia de comercio exterior, integración económica e inversión directa.
- Conformar grupos de negociadores estables del sector público y privado, integrados por personas especializadas y comprobada experiencia en la materia nombrada por seis años.
- Establecer los lineamientos para la formalización del plan estratégico de promoción de las exportaciones e inversiones directas a cargo de la CORPEI.
- Determinar las políticas para impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los regímenes especiales, como zonas francas, maquila, draw-back, seguro de crédito a la exportación, depósitos e internación temporal así como otros instrumentos de apoyo a las exportaciones.
- Establecer las directrices y plazos para la aprobación, a cargo del comité técnico aduaneros, de los aranceles y normas de valor de las mercancías en aduanas.
- Imponer temporalmente derechos compensatorios o anti-dumping y las medidas a las que haya lugar para corregir prácticas desleales que lesionen a la producción nacional, con observancia de las normas y procedimientos de la OMC.

2.1.1. Rol del Ministerio de Relaciones Exteriores dentro del Comercio Exterior Ecuatoriano

Estudia variables económicas de otros países, condiciones de acceso de productos en diferentes mercados, referencias comerciales de empresas, precios, aranceles, competidores, etc.

La promoción de inversiones es otro rubro de gran importancia, por lo que se han difundido proyectos de inversión, así como también se han organizado visitas de delegaciones y misiones empresariales para entablar contactos con homólogos nacionales, a fin de incentivar el flujo de capitales.

Se apoya la constitución y realización de misiones empresariales y comerciales, ruedas de negocios, seminarios y eventos relacionados con la promoción, colocación de productos ecuatorianos y captación de inversión extranjera directa. Impulsa la organización de encuentros empresariales entre exportador ese importadores. Promueve la búsqueda de acuerdos con diversos países para el desarrollo de sectores productivos.

2.1.1.1. Desarrollo de Consorcios de Exportación

Desarrollo y ejecución de programas para la capacitación y el adiestramiento de promotores de comercio exterior. Llevar a cabo los mejores esfuerzos para que las organizaciones empresariales de sus respectivos países participen en dichas actividades.

Para los objetivos antes señalados, es necesario definir los mecanismos que den operatividad a esa cooperación y para este propósito se hace indispensable las siguientes actividades:

- Pasantías de funcionarios en cada país
- La organización y ejecución de cursos, seminarios u otras formas de capacitación colectiva o individual.
- Otras actividades que de común acuerdo se establezcan para el desarrollo o la ejecución de programas o proyectos específicos que tengan relación con las áreas señaladas.

Los países, según sus respectivas posibilidades presupuestarias y de conformidad con las prioridades programadas en cada uno de ellos, acordarán un programa de trabajo en el que se contemplen las actividades para cada bienio.

Con el fin de dar inicio inmediato a una cooperación horizontal, los países deben intercambiar información estadística y brindar asesoría sobre comercio exterior, estudios económicos y sectoriales, leyes y reglamentos relacionados con el comercio exterior, la inversión extranjera y los temas afines, así como toda aquella información publicada por sus respectivos gobiernos y que se considere pertinente hacer de conocimiento de los otros países.

Se debería también intercambiar información de las respectivas bases de datos comerciales, de conformidad con la legislación aplicable en cada país, así como también publicaciones propias, manuales y otros documentos que se publiquen.

2.1.1.2. Promoción de las PYMES

Uno de los objetivos en el Ecuador dentro de la política industrial y de fomento de las PYMES, ha sido propiciar la competitividad de las empresas, por eso la estrategia se ha orientado a la transferencia, adaptación y difusión de tecnologías, la formación de los recursos humanos, acceso a la información, impulso a las estrategias empresariales innovadoras y, sobre todo, la generación de un conjunto de valores con una visión de futuro compartido entre los sectores público y privado.

Dentro de los objetivos para promover el desarrollo del comercio exterior del Ecuador, se ha considerado la promoción y difusión de la producción exportable generada por las pymes, a fin de captar nuevos mercados, lo que permitiría mantener un desarrollo sustentado de las MYPES y mejorar su competitividad.

Por lo tanto, una de las prioridades es incentivar la producción exportable que generan las pymes y los artesanos, de manera tal, de lograr que se inserten competitivamente en los mercados internacionales.

En igual sentido, se apoya a las pymes en la generación de productos de alta calidad de exportación o para que aporten con la producción de bienes y servicios que constituyan valor agregado a las exportaciones de otras empresas.

Para tal propósito, se han organizado en el Ecuador tanto ferias nacionales como eventos promocionales que permitan exhibir la producción exportable e impulsar el desarrollo productivo y competitivo de las pymes, y en un segundo nivel, establecer nuevos vínculos comerciales tanto en el mercado nacional como internacional.

Hay que considerar también la transferencia de tecnología, que es pilar trascendente para la innovación tecnológica, aumento de la productividad y competitividad y mejoramiento del entorno empresarial.

Finalmente, la promoción comercial y alianzas estratégicas juegan un rol de fundamental para potenciar el desarrollo de las .PYMES.

2.1.2. Política Comercial del Ecuador

2.1.2.1. Marco Legal

La Política Comercial del Ecuador está formada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones –LEXI. La LEXI creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones - COMEXI- conformado por 6 representantes del sector público y 5 representantes de las Cámaras de la Producción del país. La principal función del COMEXI es la determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y manufacturas considerando los compromisos internacionales asumidos por el país en materia comercial y en función del programa macroeconómico y de desarrollo de país.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEXI son:

- Política Arancelaria
- Negociaciones internacionales.
- Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales
- Medidas para contrarrestar el comercio desleal.
- Definir las políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción nacional.
- Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

2.1.3 Principales Políticas Comerciales

Arancel.- Los regímenes de excepción, mediante listas específicas, se aplican a favor de Ecuador (con 400 subpartidas) y de Colombia y Venezuela (con 230 subpartidas para cada uno de ellos).

Regímenes Especiales.-

De acuerdo a la Ley de Aduanas existen los siguientes regímenes especiales aduaneros:

- Transito Aduanero
- Importación Temporal con reexportación en el mismo Estado
- Importación Temporal para perfeccionamiento activo
- Depósito Aduanero
- Almacenes libres y especiales
- Exportación Temporal con reimportación en el mismo Estado
- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo
- Devolución Condicionada
- Reposición con franquicia arancelaria
- Zona Franca
- Régimen de maquila.

2.1.3.1 Normas comerciales.-

Como parte de la política comercial el Ecuador dispone de la Resolución No 052 del COMEXI por medio de la cual se aplican medidas para prevenir el comercio desleal de mercancías (medidas antidumping), así como normas para la aplicación de medidas de salvaguardia.

2.1 MACRO ENTORNO

2.2.1. Medio Ambiente

En este punto del medio ambiente se detallara los efectos secundarios que tienen el hacer una fotografía ya que si bien es cierto se puede capturar las imágenes de una naturaleza hermosa pero al mismo tiempo se debe tomar en cuenta que con lleva al momento de hacer las fotografías o producirlas con los instrumentos que se necesita para llegar al producto terminado, Las sustancias tóxicas son productos químicos cuya fabricación, procesado, distribución, uso y eliminación representan un riesgo inasumible para la salud humana y el medio ambiente.

La mayoría de las sustancias tóxicas son productos químicos sintéticos que penetran en el medio ambiente y persisten en él durante largos períodos de tiempo.

En los vertederos de productos químicos se producen concentraciones significativas de sustancias tóxicas. Si éstas se filtran al suelo o al agua, pueden contaminar el suministro de agua, el aire, las cosechas y los animales domésticos, y han sido asociadas a defectos congénitos humanos, abortos y enfermedades orgánicas.

A pesar de los riesgos conocidos, el problema no lleva camino de solucionarse. Recientemente, se fabricaron más de 4 millones de productos químicos sintéticos nuevos en un periodo de quince años, y se crean de 500 a 1.000 productos nuevos más al año.

2.2.1.1. Hidrocarburos clorados

El uso extensivo de pesticidas sintéticos, derivados de los hidrocarburos clorados en el control de plagas, ha tenido efectos colaterales desastrosos para el medio ambiente.

Las sustancias químicas pueden pasar al aire, al agua o al suelo cuando se fabrican, se utilizan o se eliminan. El impacto sobre el medio ambiente se establece según la cantidad de sustancia liberada, el tipo y concentración de la sustancia y el lugar donde se encuentre. Algunas sustancias químicas son nocivas si se liberan en el medio ambiente aunque no exista un impacto inmediato y visible. Algunas sustancias químicas

son más preocupantes que otras ya que pueden entrar en la cadena alimentaria y acumularse o persistir en el medio ambiente durante muchos años.

La autoridad ambiental del Ecuador, que ejerce el rol rector de la gestión ambiental, que permita garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado con el objetivo de hacer del país, una nación que conserva y usa sustentablemente su biodiversidad, mantiene y mejora su calidad ambiental, promoviendo el desarrollo sustentable y la justicia social, reconociendo al agua, suelo y aire como recursos naturales estratégicos.

El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

El Estado aplica medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales. Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Se adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas.

Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Toda decisión o autorización estatal que pueda afectar al ambiente deberá ser consultada a la comunidad, a la cual se informará amplia y oportunamente. El sujeto consultante será el Estado.

Se ha detallado como se encuentra nuestro país ante la contaminación es por eso que la micro empresa Foto Studio Maldonado está comprometida ayudar tratar y contribuir con campañas para salvar al medio ambiente para de esta forma capturar las fotografías paisajista que se desea vender a Nueva York.

2.2.2 Político Económico y Social

2.2.2.1 Ecuador tiene una Política Comercial "Inteligente", Congruente y Patriota"

El presidente Rafael Correa destacó que el Ecuador tiene una institucionalidad para la política comercial, a la que calificó de “inteligente, congruente y patriota”.

Durante la inauguración este 31 de mayo del Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones Pro Ecuador, en la ciudad costera de Guayaquil, Correa dijo que es “democráticamente ilegítimo y técnicamente peligroso” que la política comercial de un país la lleve una fundación privada.

Antes de la implementación de Pro Ecuador, la promoción de las exportaciones estaba a cargo de la CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones), un organismo privado que ejecutaba la política comercial del país.

En su intervención, el mandatario recordó que durante décadas la política comercial del Ecuador “brilló por su ausencia”, por el absurdo de la larga y triste noche neoliberal, cuando se decía que no se requería Estado, planificación, políticas explícitas, que todo lo iba a resolver esa entelequia llamada mercado.

La economía ecuatoriana ha tenido uno de los crecimientos más altos en los últimos años, ubicándose en el 8,62%, en el segundo semestre del 2011 y 9% en el tercer trimestre, según el Banco Central.

En este incremento, la industria ecuatoriana aportó con un 7% al crecimiento económico del país, en los tres primeros meses de este año.

La industria ha ido creciendo en un 8.6% lo que ha beneficiado a la economía del país y al empleo ya que este sector da empleo directo a más de 670000 personas.

El viceministro de Comercio Exterior e Integración Económica, Francisco Rivadeneira, inauguró la Macro rueda de Negocios Ecuador 2013, organizada por Pro Ecuador. Esta segunda edición del encuentro, reúne a 466 exportadores locales; en contraste con los 170 del año pasado. Además, asisten 158 compradores de 33 distintos países como Canadá, Estados Unidos, Australia, Emiratos Árabes, Japón, China y Turquía.

Ellos buscan proveerse de productos ecuatorianos, de diversos sectores, como banano, flores, cacao, café, turismo, artesanías, madera, entre otros. Las expectativas de los exportadores son altas. Algunos señalan que lo más importante de participar en este tipo de encuentros es la posibilidad de generar contactos. Tal es el caso de Julio Ludiasca, representante de la firma de artesanías Ludyart. Pro Ecuador espera que este evento ayude a cerrar negocios por más de USD 150 millones, en el período de un año. El año pasado, concretó ventas por USD 123 millones.

2.2.2.2 Aspecto Económico Ecuatoriano

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Perú y Chile.

La economía ecuatoriana ha presentado un robusto y continuado crecimiento en los últimos años, cultivando varios logros como no haber entrado en recesión durante la crisis económica global de 2009, a pesar de no tener moneda propia.

A pesar del crecimiento vigoroso de los últimos años, y al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, su economía sigue dependiendo de las exportaciones de materias primas y el petróleo es la principal fuente de riqueza del país.

En contraposición Ecuador está ubicado geográficamente en la línea ecuatorial que le da su nombre, lo cual le permite tener un clima estable casi todos los meses del año con las consecuencias positivas para el sector agrícola; posee petróleo en cantidades que si bien no lo ubican como un país con grandes reservas, las tiene suficientes para su desarrollo. El país tiene importantes reservas ecológicas y turísticas en cuyo aprovechamiento puede estar el sustento para el progreso

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicadas por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento anual de 3.5% en el primer trimestre de 2013. Dicho crecimiento fue impulsado mayoritariamente por el comportamiento del sector no petrolero, que registró un crecimiento anual de 4.2%. La economía no petrolera representó el 84.7% del total del PIB en el primer trimestre de 2013. El PIB nominal del primer trimestre de 2013 alcanzó los USD 21,962 millones.

Los principales componentes del PIB, en relación a su aporte al crecimiento económico del primer trimestre de 2013, fueron: la formación bruta de capital fijo (0.51%), el consumo de los hogares (0.47%) y las exportaciones (0.36%).

Respecto al cuarto trimestre de 2012, las importaciones se incrementaron en 2.8%, la Formación Bruta de Capital Fijo en 2.0%, las exportaciones en 1.3%, el consumo de los hogares en 0.7%, mientras que el gasto público presentó una disminución de 1.3%.

En relación al mismo período del año anterior, los componentes de mayor crecimiento fueron la formación bruta de capital fijo (6.7%), el gasto público (5.7%) y el consumo de los hogares (4.3%).

Finalmente, las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre de 2013 fueron: Construcción (0.79%), Correo y Comunicaciones (0.5%) y Transporte (0.41%).¹

Ecuador, de cumplirse la cifra del 3,8% de crecimiento, viviría una baja con respecto a 2012 de 1,2%. El año 2013 sería el más bajo desde 2010, cuando el país creció un austero 2,8%, según las cifras de CEPAL.

Esa ralentización se enmarca en un contexto externo que presenta riesgos de corto plazo, especialmente por la recesión en la Eurozona y la desaceleración en China, que inciden en un menor dinamismo de las exportaciones de la región, así como por la incertidumbre sobre la política monetaria de EE.UU.²

¹<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/economia-de-ecuador-crecio-3-5-en-primer-trimestre-del-ano.html>

² <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101539760#.UivplWQpZbs>

2.2.2.3 Fiscal o Legal

Ecuador tiene un inmenso potencial en diferentes áreas, con una posición logística envidiable, con la inversión más alta en infraestructura para la producción en la región andina en los últimos cuatro años y un gran talento humano. Ecuador da la bienvenida a la inversión privada y pública extranjera responsable, que cumpla con las cuatro éticas empresariales: con sus trabajadores, el estado, el ambiente y la sociedad.

Ecuador tiene su propio modelo de desarrollo: la política pública está direccionada para desarrollar un modelo económico y social para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, pues creemos que la economía debe estar al servicio de los ciudadanos.

Ecuador respeta los derechos de todos: de los ciudadanos, de los inversionistas y de la naturaleza.

Trabajamos para crear un balance que permita a todos los ecuatorianos cosechar los beneficios del desarrollo social y económico, fomentando la cohesión social como un elemento esencial para la estabilidad del país.

Infraestructura y logística de mejor calidad el Ecuador se encuentra estratégicamente posicionado en términos de infraestructura física y tecnológica, gracias a una importante inversión pública que ha mejorado la competitividad sistémica del país. La inversión realizada en infraestructura ha sido, en los últimos años, la más grande de América Latina. Contamos con 8.712 km de carreteras en perfecto estado y se han construido dos nuevos aeropuertos y modernizado 11 existentes de los 27 instalados en todo el país. El aeropuerto de Guayaquil está catalogado como uno de los mejores en América Latina por el Consejo Internacional de Aeropuertos y en el primer trimestre del año 2013 se inaugurará el nuevo aeropuerto de Quito.

Relaciones público - privadas enfocadas hacia la competitividad el Ecuador cuenta con una Agenda de Transformación Productiva 2010-2015 que señala las políticas de la economía y transforma la matriz productiva con equidad y eficiencia.

El Código de la Producción es el instrumento jurídico para que pueda operar la Agenda para la Transformación Productiva. Además de estos dos instrumentos existen 25 Agendas Provinciales para la Productividad y Desarrollo Territorial, la Agenda

Logística Nacional, la Agenda Nacional para Innovación y 21 Planes Sectoriales para la Competitividad.

Sectores Priorizados y Sectores Estratégicos el Gobierno tiene una política de desarrollo productivo, por lo que, con el fin de tener una economía basada en alta tecnología, servicios y conocimiento aplicado, ha determinado 9 Sectores Económicos Priorizados y 9 Sectores para la Sustitución Estratégica de Importaciones.

En atención a la política de desarrollo productivo, el Gobierno se encuentra trabajando para potenciar los recursos humanos, naturales y tecnológicos de manera óptima y adecuada para alcanzar una industria de alta tecnología, de servicios y de conocimiento aplicado, para lo cual cuenta con programas especiales de fomento e incentivos para los distintos actores de la economía ecuatoriana. Para revisar los programas de desarrollo empresarial y los sectores clave anteriormente indicados.³

Protección e Incentivos a los Inversionistas: Se refleja en la incorporación de reglas claras e incentivos para la producción en el ordenamiento jurídico ecuatoriano. El Código de la Producción define un marco legal moderno y promotor de la inversión privada, estableciendo de manera concreta el modelo de desarrollo productivo y de desarrollo económico del Gobierno.

2.3 MICRO ENTORNO

2.3.1 Análisis del Mercado Estadounidense con la Aplicación y Utilización de Fotografías en los Distintos Medios de Comunicación e Información, Económica, Política y Social.

Para analizar el mercado en el cual se desea incursionar con nuestras fotografías paisajistas ya tenemos un aliado el cual es la empresa B&H PHOTO VIDEO DIGITALCAMERAS PHOTOGRAPHY CAMCORDERS, la cual nos ayuda con información sobre la demanda que pudiera existir en las fotografías de nuestro país.

2.3.2.1 Estados Unidos y su Mercado

La economía de los Estados Unidos es una economía mixta capitalista, que se caracteriza por los abundantes recursos naturales, una infraestructura desarrollada y una

³www.infoproduce.gob.ec o www.mcpec.gob.ec

alta productividad. De acuerdo al Fondo Monetario Internacional, su PIB de US\$16,2 billones constituye el 25% del Producto Mundial Bruto y cerca del 23% del mismo en términos de paridad de poder adquisitivo (PPA).

Este es el PIB más grande en el mundo, aunque en 2008 era un 5% menor que el PIB (PPA) de la Unión Europea. El país tiene el decimoséptimo PIB per cápita nominal y el sexto PIB (PPA) per cápita más altos del mundo.

Estados Unidos es el importador de bienes más grande a nivel internacional y el tercero en términos de exportaciones, aunque las exportaciones per cápita son relativamente bajas para un país desarrollado. En 2008, el total de la balanza comercial estadounidense era de 696 mil millones de dólares. En 2010, el sector privado constituía un estimado del 55,3% de la economía, las actividades del gobierno federal sumaban el 24,1% y la actividad de los gobiernos estatales y locales ocupaban el restante 20,6%. Pese a que la economía estadounidense es posindustrial, ya que el sector servicios contribuye con el 67,8% del PIB, la nación continúa siendo una potencia industrial. En el campo de negocios, la actividad líder por sus ingresos es el comercio al por mayor y al por menor; por ingresos netos es la industria, siendo la industria química la más importante.

Toda esta producción contribuye a que la bolsa de Nueva York sea la más grande del mundo. La fuerza de trabajo estadounidense era de 154,4 millones de personas. De estos empleados, 81% poseen un empleo en el sector servicios. Con 22,4 millones de personas, el gobierno es el principal campo de empleo. Aproximadamente el 12% de los trabajadores están sindicalizados, en comparación con el 30% de Europa occidental. El Banco Mundial clasifica a los Estados Unidos en primer lugar en la facilidad de contratación y liquidación de los trabajadores. En parte como consecuencia, el país sostiene la máxima productividad de mano de obra en el mundo.

En 2008, también llegó al primer puesto en productividad por hora, superando a Noruega, Francia, Bélgica y Luxemburgo, que habían superado a los Estados Unidos la mayor parte de la década anterior. Comparado con Europa, los impuestos corporativos y de propiedad son más altos, mientras que los impuestos al consumidor son más bajos.

Nueva York es la ciudad más poblada del Estado de Nueva York, en los Estados Unidos de América, y la segunda aglomeración urbana del continente y de América del Norte después de la Ciudad de México. Es el centro del área metropolitana de Nueva York, la cual está entre las cinco aglomeraciones urbanas más grandes del mundo.

La ciudad de Nueva York es un enlace global para el comercio y los negocios internacionales, siendo uno de los centros neurálgicos de la economía mundial (junto con París, Londres y Tokio). La ciudad es uno de los principales centros de finanzas, aseguradoras, bienes raíces, medios de comunicación y artes de los Estados Unidos.

La economía de la ciudad cuenta con la mayor parte de la actividad económica de los estados de Nueva York y Nueva Jersey.

Muchas de las principales corporaciones nacionales tienen su sede en la ciudad, incluyendo 44 compañías de las 500 más ricas, según la revista Fortune. Nueva York se destaca en EE. UU. Por su gran cantidad de empresas extranjeras, siendo uno de cada diez puestos de trabajo del sector privado ofrecido por una empresa extranjera.

2.3.1.2. Medios de Comunicación

Nueva York es un centro mundial para las industrias de la televisión, la publicidad, la música, la prensa y las publicaciones de libros.

Los medios de comunicación no comerciales también tienen un importante papel en la ciudad. El canal de televisión de acceso público más antiguo de EE. UU. Es Manhattan Neighborhood Network, fundado en 1971. WNET es la principal estación de televisión pública más importante de la ciudad y uno de los principales proveedores de programación del Servicio Nacional de Transmisión Pública. La estación de radio pública WNYC, que perteneció a la ciudad hasta 1997, tiene la mayor audiencia del país.

En estos medios de comunicación que son los principales y más reconocidos en Nueva York se podrá difundir las fotografías las cuales llamaran la atención de las personas que tengan el agrado de conocer nuestro país ya que posee innumerables lugares de paisajes de interés público.

2.4 ANÁLISIS FODA

FODA Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado.

2.4.1. Análisis interno

Este análisis facilita fijar con precisión las fortalezas y debilidades que la asociación logra controlar y su nivel de desempeño. Las actividades administrativas, comerciales, contables y técnicas son áreas que dan origen a fuerzas y debilidades, por lo que la compañía debe seguir estrategias que beneficien tales fortalezas y compriman las debilidades.

Fortalezas.

- Posicionamiento establecido en el mercado nacional
- La experiencia y especialización de productos innovadores ese know how aprovecha las nuevas tecnologías en beneficio del sector.
- Utilización de los instrumentos tecnológicos para ofrecer un servicio competitivo.
- Prestigio garantía y confianza en los años de vida de la micro empresa Foto Studio Maldonado con sus cliente.

Debilidades.

- Ser dependiente del sistema de distribución eléctrica local con deficiencias.
- No existe equipos ni accesorios de tecnología de punta en el mercado local.
- La asistencia financiera hacia el sector es muy costosa.
- Falta de un desarrollo organizacional empresarial sustentable

2.4.2 Análisis Externo

Este radica en equilibrar las oportunidades y amenazas estratégicas en el contexto operativo de la micro empresa Foto Studio Maldonado. Examinando los factores económicos, sociales, culturales, gubernamentales y competitivos que podrían favorecer o afectar al negocio en las actividades cotidianas.

Oportunidades.

- Producir y reproducir fotografía paisajista del Ecuador a nivel Internacional.
- Desarrollo de estrategias en el sistema comercial Internacional, para incursionar en nuevos mercados.
- Aprovechar la nueva política de comercio Internacional con incentivo a productos no tradicionales con sostenibilidad de producción y comercialización.
- Vinculación permanente del Gerente en cursos y seminarios Internacionales.
- Factibilidad para diversificar el servicio de acuerdo a la necesidad de los clientes.

Amenazas.

- Competencia de producción y distribución en el libre mercado.
- Problemas socio- políticos como un corte de rutas en su canal de distribución.
- Productos sustitutos (tecnología digitalizada) con precios económicos.
- Tramitología y tiempos dispersos en la asistencia de productos y servicios financieras.

Tabla N°1

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento establecido en el mercado nacional • La experiencia y especialización de productos innovadores ese know how aprovecha las nuevas tecnologías en beneficio del sector. • Utilización de los instrumentos tecnológicos para ofrecer un servicio competitivo. • Prestigio garantía y confianza en los años de vida del micro empresa Foto Studio Maldonado con sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser dependiente del sistema de distribución eléctrica local con deficiencias. • No existe equipos ni accesorios de tecnología de punta en el mercado local. • La asistencia financiera hacia el sector es muy costosa. • Falta de un desarrollo organizacional empresarial sustentable.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Producir y reproducir fotografía paisajista del Ecuador a nivel Internacional. • Desarrollo de estrategias en el sistema comercial Internacional, para incursionar en nuevos mercados. • Aprovechar la nueva política de comercio Internacional con incentivo a productos no tradicionales con sostenibilidad de producción y comercialización. • Vinculación permanente del Gerente en cursos y seminarios Internacionales. • Factibilidad para diversificar el servicio de acuerdo a la necesidad de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de producción y distribución en el libre mercado. • Problemas socio- políticos como un corte de rutas en su canal de distribución. • Productos sustitutos (tecnología digitalizada) con precios económicos. • Tramitología y tiempos dispersos en la asistencia de `productos y servicios financieras

2.4 FODA PRIORIZADO

Dentro de lo que es la planeación estratégica, es importante tomar en cuenta los elementos que van a funcionar mejor para cada una de las etapas que se llevan a cabo, pues tienen diferentes objetivos y funciones.

Tabla N° 2

FORTALEZAS	PUNTUACION				
	0	1	2	3	4
• Posicionamiento establecido en el mercado nacional				X	
• La experiencia y especialización de productos innovadores ese know how aprovecha las nuevas tecnologías en beneficio del sector.					X
• Utilización de los instrumentos tecnológicos para ofrecer un servicio competitivo.					X
• Prestigio garantía y confianza en los años de vida del micro empresa Foto Studio Maldonado con sus clientes.					X
TOTAL	15				

Tabla N° 3

DEBILIDADES	PUNTUACION				
	0	1	2	3	4
• Ser dependiente del sistema de distribución eléctrica local con deficiencias.				X	
• No existe equipos ni accesorios de tecnología de punta en el mercado local.			X		
• La asistencia financiera hacia el sector es muy costosa.			X		
• Falta de un desarrollo organizacional empresarial sustentable.		X			
TOTAL	8				

Tabla N° 4

OPORTUNIDADES	PUNTUACION				
	0	1	2	3	4
• Producir y reproducir fotografía paisajista del Ecuador a nivel Internacional.					X
• Desarrollo de estrategias en el sistema comercial Internacional, para incursionar en nuevos mercados.					X
• Aprovechar la nueva política de comercio Internacional con incentivo a productos no tradicionales con sostenibilidad de producción y comercialización.				X	
• Vinculación permanente del Gerente en cursos y seminarios Internacionales.					X
• Factibilidad para diversificar el servicio de acuerdo a la necesidad de los clientes.					X
TOTAL	15				

Tabla N 5

AMENAZAS	PUNTUACION				
	0	1	2	3	4
• Competencia de producción y distribución en el libre mercado.				X	
• Problemas socio- políticos como un corte de rutas en su canal de distribución.				X	
• Productos sustitutos (tecnología digitalizada) con precios económicos.			X		
• Tramitología y tiempos dispersos en la asistencia de productos y servicios financieras.			X		
TOTAL	11				

Fuente: Matriz Estrategias FODA

Elaborado por los: Autora

Puntuación de Incidencias o Impactos

Tabla N° 6

0	Ninguna
1	Baja
2	Media
3	Buena
4	Muy Buena

Fuente: Matriz Estrategias FODA

Elaborado por los: Autora

Después de evaluar todas las variables que afectan nuestro desempeño, se deberá tener en cuenta la capacidad de respuesta de la empresa

CAPÍTULO III

3. SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE FOTOGRAFÍA PAISAJISTA DEL ECUADOR, PARA EXPORTAR.

3.1 Reseña Comparativa entre la Fotografía Tradicional y la Digital.

Los historiadores y economistas hablan de que nuestra civilización ha pasado por tres grandes revoluciones en toda su historia: la agraria: cuando nuestros antepasados descubrieron que podrían controlar el fruto de la tierra al sembrar las semillas de algunos vegetales, la industrial: cuando descubrimos que podíamos ser capaces de producir productos en masa mediante procesos industriales, y la del conocimiento: en donde la forma en la que creamos, almacenamos, organizamos y comercializamos información e ideas está transformando la manera en que se genera y se distribuye la riqueza.

Esta revolución es el evento más grande del que nuestra generación pueda formar parte y está sucediendo aquí y ahora, frente a nuestras narices. Sólo véase el tipo de productos que comercializan las 500 empresas más grandes del mundo: 30% de ellas comercializan productos intangibles como servicios financieros, servicios bancarios, software y telecomunicaciones.

Además los intangibles tienen grandes ventajas: los costos de producción son por lo regular bajos, no es necesario tener gran espacio físico para almacenarlos, no son cosas que se puedan robar al menos no de la manera tradicional y algunos de ellos son de fácil manipulación y entrega. Sin duda alguna, comercializar intangibles tiene grandes ventajas, y las PYMES no son la excepción. Aquí mencionamos una opción (de cientos que posiblemente existen), de cómo podemos hacer negocio utilizando el Internet.

Para quien durante más de treinta años se dedicó a trabajar e investigar dentro de la fotografía analógica todas sus posibilidades técnicas estéticas, se hace muy difícil escribir sobre fotografía digital, pero, también es un deber abrir un espacio de reflexión sobre esta nueva forma de hacer fotografías. Y que eso significa más allá de una simple técnica de registro. Significa que hay algo más detrás de esta novedad que está avanzando a pasos agigantados sobre nuestra sociedad de consumo.

La fotografía, tal cual la conocemos gracias al binomio Daguerre y Niepce en sus comienzos, al cual medio siglo después se sumaría el nombre de George Eastman como timonel de la masificación de la fotografía a nivel hogareño no presenta grandes puntos de discusión.

En sus comienzos, fue una artesanía de la cual sólo unos pocos poseían la habilidad para realizarla, fue acompañada por un desarrollo técnico, estético y social dentro de una misma dirección y con elementos de una misma especie. Eso quiere decir que partiendo de una primer placa de colodión húmedo y llegando a emulsiones al bromuro de plata sobre soportes flexibles simplemente hubo un desarrollo que facilitó su uso pero la fotografía permaneció como documento fiel a lo que representaba y cuando quiso representar otras ideas a través de técnicas como el fotomontaje o la sobreimpresión en un mismo negativo, el fotógrafo estaba perfectamente convencido que era una herramienta para expresar una idea compartida por quienes la veían .

Ningún artista pretendió mostrar algo como real cuando sólo se mostraba una habilidad técnica en pos de un mensaje determinado, no había ningún engaño latente en la obra. La fotografía podía representar un Icono, un Índice o un símbolo, pero estaba claramente establecida su categoría, no había posibilidades de una mixtura de conceptos o hibridación.

Hoy por hoy en un mundo posmoderno donde el tráfigo de la vida nos lleva sólo a vivir el instante actual sin poder analizar el pasado, rever el presente y construir un futuro sobre bases científicamente comprobables nos pone frente a un mundo binario donde o se es blanco o negro, 0 ó 1 y toda posibilidad intermedia entre ambos extremos está supeditada a la combinación matemática de ambos extremos sin que medie el concepto de sensibilidad y de humanidad en el hecho técnico creativo.

Así después de este pequeño preámbulo nos encontramos frente a la fotografía digital que es una forma técnica de representar lo más verosímil posible algo a gusto de quien lo genera y lo manipula, mejorando o empobreciendo el objeto retratado, haciéndonos creer que el objeto imagen que observamos es fiel en su reproducción y

nosotros observadores desprevenidos nos sometemos a un engaño visual que es muy difícil de detectar para el ojo no especializado.

Con las llegadas de las tecnologías el hombre fue perdiendo su motricidad fina su sentido de la precisión y fineza en el gusto auditivo, táctil etc.

Porque la máquina fue ocupando lugares que antes eran de especialistas con aquilatada experiencia, el criterio del ser humano fue suplido y seguirán intentó sustituirlo por un enjambre de cables y microchips, Que pasa con el hombre que es suplantado por una máquina y día a día sus funciones en el trabajo van siendo minimizadas, ese hombre se aliena, se enferma cae en el ludismo.

Empezamos a hablar de la diferencia de fotografía analógica y digital y hemos caído inevitablemente en la realización de un corte transversal del tema, y como en una película color encontramos muchas capas que la forman y cada una de ellas diferente pero interrelacionadas con la anterior y con la posterior que no nos permiten hacer un análisis por separado pues careceríamos de elementos de juicio.

El mundo digital es un mundo virtual donde todo es cuasi posible pero sin la certeza que el hecho haya sucedido tal cual lo observamos en la pantalla o en una fotografía.

Con los avances de la tecnología digital se busca privilegiar la técnica por sobre lo artesanal, lo virtual por sobre lo real, lo lógico y cotidiano.

Una foto tradicional puede durar un mínimo de 50 años sin demasiadas precauciones.
Una copia digital de acuerdo al soporte entre 5 y 10 años

3.1.1 La fotografía tradicional.

Por oposición a la fotografía digital, es aquella que utiliza técnicas no-digitales para producir imágenes. Adicionalmente, este término sirve para separar la fotografía que utiliza rollos de película, sustancias químicas y cuartos oscuros, de la fotografía que usa técnicas correspondientes al siglo XIX y primera mitad del XX que se puede identificar como fotografía alternativa.

La fotografía tradicional, también llamada fotografía química, pretende utilizar película fotográfica, procesos químicos estandarizados para revelar la película y papel sensible a la luz, especialmente preparado para mostrar la imagen.

La fotografía analógica, también conocida como fotografía tradicional, argéntica o química, es el término con que se describe al proceso fotográfico clásico en comparación con la fotografía digital, de aparición más reciente. Se basa habitualmente en un proceso físico-químico que involucra el uso de un material fotosensible activo y su estabilización (revelado) para la obtención y el procesado de las imágenes.

La fotografía tradicional ha formado un importante cuerpo de conocimiento que incluye el correcto manejo de grados de sensibilidad de películas y papeles, el manejo de gran variedad de lentes, filtros y fuentes de luz, y la habilidad o cuidado de temperaturas, concentraciones y tiempos de uso con líquidos reveladores y fijadores. De todo esto existen tablas, fórmulas y recetas con números, volúmenes, temperaturas, tiempos y escalas.

3.1.2 La fotografía digital

El Internet y los sitios web crecen a tasas del 36% anual. Un estudio de NetCraft (www.netcraft.com) muestra que en el presente existen cerca de 600 millones de sitios web activos en todo el mundo. De continuar con esta tendencia, para 2010 tendremos cerca de 1,800 millones de sitios web en todo el planeta.

Pensando en este mercado, ¿qué podrán necesitar 1,800 millones de sitios web alrededor del mundo? He aquí una de las respuestas: Imágenes. Hay una frase popular que describe perfectamente la justificación de este negocio: de la vista nace

el amor. Está comprobado que los seres humanos pensamos y recordamos principalmente en imágenes, y que la mayoría de las ocasiones tomamos decisiones de compra con base a lo que nos "imaginamos", es decir, los beneficios que nos brindará un producto.

Los sitios web no son la excepción. Cuanto más atractivos sean éstos a la vista, más posibilidades de que cumplan su cometido. Las imágenes y fotografías digitales se utilizan entonces para múltiples objetivos: embellecer páginas web, ilustrar contenidos, generar presentaciones en línea o hacer visualmente más atractivos documentos técnicos y especificaciones. Sin embargo, las imágenes digitales también se utilizan fuera de línea: para generar materiales impresos como folletos y hojas de presentación y para publicidad en revistas y medios impresos, lo que nos da un rango amplio para este tipo de producto.

3.1.2.1 Convirtiendo la fotografía tradicional en un negocio convencional.

El negocio funciona de la siguiente forma:

1. El fotógrafo crea una cuenta en la que se acumularán sus ganancias y sube sus fotografías al servidor de la compañía, reteniendo los derechos de autor sobre las mismas. Las fotografías deben cumplir con ciertos requisitos de calidad para que sean aprobadas y puestas a disposición de los clientes.
2. Cada vez que algún usuario compra y descarga una fotografía, el fotógrafo recibe una comisión que oscila entre el 25 y el 50% de la transacción, que regularmente comienza en 1 dólar por imagen. Una misma fotografía puede venderse más de una vez, incluso miles de veces. Sin embargo, hay casos en los que el cliente requiere utilizar la foto para algún material impreso. En este caso, el costo se eleva entre 20 y 100 dólares por imagen. Por último, existe la posibilidad de que el cliente exija la exclusividad de la fotografía o los derechos de la misma. En este caso en particular, esta exclusividad cuesta de cientos a miles de dólares.
3. Cuando en la cuenta del fotógrafo se acumula una cantidad superior a más o menos unos 30 dólares por concepto de comisiones (varía de compañía en compañía), el fotógrafo puede pedir a la compañía el envío de su dinero por medio

de un cheque o de una cuenta de PayPal (PayPal es una compañía internacional que nos permite recibir pagos de cualquier persona en el mundo y transferir dinero a cualquier cuenta por medio de la CLAVE interbancaria).

3.1. 2.2 Ventajas de este tipo de negocio.

Este negocio tiene múltiples ventajas:

- La inversión necesaria es mínima; sólo se necesita una cámara digital y acceso a Internet.
- Se tiene un mercado internacional de una dimensión enorme; las imágenes hablan todos los idiomas.
- Se puede realizar en la ciudad de nuestra elección.
- Se puede realizar en nuestro tiempo libre.
- Se puede convertir una pasión en un negocio.

Esto es sólo un caso de los negocios y de las compañías que se pueden hacer en Internet. Hay muchas otras y necesitamos pensar diferente si deseamos aprovechar esta revolución. Bien lo dice Andrés Oppenheimer en su libro Cuentos Chinos: "A diferencia de lo que ocurría hace dos siglos, cuando las materias primas eran una fuente clave de riqueza, hoy en día la riqueza de las naciones yace en la producción de ideas. El siglo XXI es el siglo del conocimiento".

Existen múltiples sitios en donde hoy mismo puede hacer negocio. Entre ellos se encuentran:

www.dreamstime.com

www.canstockphoto.com

www.bigstockphoto.com

De aquí en adelante nos referiremos a estos sitios como “la compañía”; al interesado en el negocio como “el fotógrafo”, y como “cliente” a cualquier persona que compre una fotografía digital para utilizarla en su sitio web o en algún material impreso. El

objetivo de las compañías es comercializar las fotografías, realizar el cobro de las mismas y dividir las utilidades con el fotógrafo.

3.2. Como se Produce, Reproduce y Comercializa la Fotografía en los Mercados con Sistemas de Apoyo Tecnológico.

3.2.1 Antecedentes de la Propuesta.

3.2.1.1 Desempeño actual de Foto Studio Maldonado

La fotografía tradicional, es relativamente nueva, apenas data de 1816, AÑO en que se inicia, es perfeccionada en 1838, mediante imágenes obtenidas con sales de plata, denominada daguerrotipo, en honor a su inventor. L. Daguerre, (1789-1851) luego vino la fotografía a colores, hasta 1974 en que aparece la primera cámara digital, que introduce cambios revolucionario y la masificación de la fotografía.

En el año 2000 el gerente General (Jorge Maldonado) actual se planteó la idea de desarrollar un sistema fotográfico digitalizado pues en el mercado, no existía una empresa confiable que pudiese prestar esos servicios al público en general en la ciudad de Riobamba.

En esa época aún se utilizaban rollos fotográficos con los cuales se corrían muchos riesgos lo cual jamás impidió a esta empresa entregar un trabajo de calidad, eficiente y puntual. En aquel año la micro empresa poseía el nombre de FOTONEX el cual mantuvo un par de años ya que la perseverancia y la lucha diaria de este joven propietario lo impulsó a ponerle su apellido a la micro empresa, al pasar los años la tecnología ha ido avanzando y con ella la manera de impregnar un recuerdo en un papel también es así que se digitalizó automáticamente la micro empresa se innovó en la forma de toma de fotografías.

En el año 2005 se fue dejando atrás poco a poco los rollos fotográficos y digitalizándose en su totalidad fue en ese año la primera vez que mantuvo relaciones comerciales con Estados Unidos para la compra de equipos y accesorios fotográficos, el propietario Jorge Maldonado con temor y duda en un par de años confirmó la negociación y desde esa época los proveedores directos en los instrumentos (equipos y accesorios de fotos y video) ha sido la empresa BH PHOTOGRAPY Y VIDEO

con la tecnología avanzada se pudo obtener unas fotografías de calidad y siendo pioneros en poseer fondos virtuales background con los cuales ha ido avanzado su trayectoria y abriéndose mercado local, provincial y nacional con lo que su prestigio y su forma de trabajar ha sido reconocido ante los consumidores.

Inspirado en los grandes estudios fotográficos a nivel mundial, Foto Studio Maldonado se ha posicionado como uno de los mejores del centro del país, ya que sus amplias y modernas instalaciones brindan un ambiente acogedor y cómodo a todos nuestros clientes y colegas.

La mentalidad de sus creadores, hizo de este estudio un lugar propicio no solo para las sesiones fotográficas, sino más bien para inspiraciones artísticas.

Todo esto se combina con el servicio profesional que nos permite superar todas las expectativas de nuestros clientes, brindándoles fotografías con la mejor calidad y con la garantía única de Foto Studio Maldonado.

El Estudio con un área de trabajo de 50 m², con una distancia de tiro de 20 metros. Siéntete libre de expresar tus emociones y déjate llevar por el lente de Foto Studio Maldonado.

Innovadores en nuestro estilo, desde el año 2006 Foto Studio Maldonado revolucionó la manera de hacer fotografía en estudio, brindando a nuestros clientes una experiencia única al momento de realizar sesiones en estudio con una asesoría profesional, personalizada y con tecnología de punta que nos permiten ser los pioneros en el centro del país en esta tendencia. Cientos de clientes satisfechos y alegres es nuestra mejor carta de presentación, posicionado la marca Foto Studio Maldonado como una referencia de la fotografía Riobambeña

3.2.2. La fotografía Impresa de Foto Studio Digital Maldonado.

Las fotografías en venta son originales y se imprimen digitalmente en tres tamaños (pequeño, mediano y grande)*. Cuando se trata de fotos nativamente digitales esto se hace a partir de archivos procesados sin compresión, provenientes de los datos RAW de una cámara profesional de 10 a 16 megapíxeles.

Cuando se trata de fotografías originalmente analógicas, la impresión digital se logra primeramente escaneando con instrumentos profesionales y a altísima resolución, ya sean negativos o transparencias tradicionales de 35mm; ya sean negativos o transparencias de medio formato (de 6×4.5 a 6x9cm) o bien negativos o transparencias de formato completo (4×5 pulgadas). Los archivos resultantes son procesados por computadora y es a partir de ellos que se hacen las impresiones.

En éstos casos se trata pues de una técnica híbrida entre fotografía analógica y digital. La impresión se hace en series numeradas, pero limitadas, de acuerdo al tamaño correspondiente.

La firma del autor aparece en la parte frontal del trabajo (en el borde blanco hacia el lado inferior derecho). Al dorso de cada foto se adhiere una etiqueta donde se consignan ciertos datos relevantes: Título y eventualmente nombre de la serie, número de serie, lugar y fecha en que fue tomada, fecha de impresión, datos técnicos, así como nuevamente mi firma. Todos los trabajos se entregan, además, acompañados de un certificado de autenticidad y cuentan con una garantía de por vida.

Los tirajes se hacen por encargo y hay que contar de tres a quince días hábiles para la entrega (depende del número de fotos pedidas, de la técnica empleada y de si se quieren o no enmarcadas).

En caso de envíos al extranjero el tiempo de entrega es determinante y los precios indicados no incluyen el costo del flete, que tiene un precio estándar. Sin embargo, el envío mismo sí se hace en un plazo no mayor de diez días hábiles y se toman todas las precauciones necesarias para que las fotografías lleguen en perfecto estado.

Se garantiza que las impresiones se hacen con las mejores máquinas, papeles y tintas disponibles en el país (impresoras Epson de gama profesional con tintas Ultrachrome; papeles Canson, Breathing Color o eventualmente Hahnemühle todos de calidad museográfica y alto gramaje), por lo que el resultado es óptimo, elegante y muy durable (como mínimo 63 años en caso de copias a color y hasta 200 en el caso de las copias en blanco y negro, esto de acuerdo al prestigioso Wilhem Imaging Research).

3.2.2.1 Ejemplares exclusivos.

A petición del cliente y en los casos en que no se haya vendido antes ninguna copia de determinada foto, se pueden comprar los derechos exclusivos de dicha imagen, con lo cual no se vende ninguna copia numerada serial mente, ni siquiera en otros tamaños. En tal hipótesis la copia del cliente se numerará como 1/1, aunque se reserva la posibilidad de hacer una única copia para el autor uso personal con la mención C.A. (“Copia del autor”) y que eventualmente también podría ser vendida. En ambos casos el precio para el cliente es obviamente mayor y debe ser consultado. Es importante señalar que llevo un meticuloso registro de ventas con los datos de la foto vendida, nombre del comprador, fecha de venta, número de serie, etc. Esto con el fin de cumplir a cabalidad con los compromisos del vendedor.

3.2.2.2 Garantía de por vida.

Toda foto que sea vendida debe ser firmada y numerada y que sea entregada con el correspondiente certificado de autenticidad podrá ser repuesta una sola vez en caso de daño de cualquier índole, únicamente mediando el precio del tiraje, sin recargo adicional. Ésta garantía es de por vida, pero será aplicable solo cuando se devuelva la copia dañada junto con su certificado de autenticidad o se compruebe de forma fehaciente la destrucción total de una u otro o de ambos. Además, rige únicamente para aquellos casos en que se conserve los archivos originales (por lo general no se borra ningún archivo original ni se desechan los negativos, pero no se puede excluir que haya pérdidas accidentales o por otras causas fuera de lo previsto). La nueva copia llevará el mismo número de serie de la foto anterior más la mención “reposición” y la copia dañada será completamente destruida.

3.2.3. Incursión en el Negocio de la Fotografía Digital.

La fotografía digital consiste en la obtención de imágenes mediante una cámara oscura, de forma similar a la Fotografía química. Sin embargo, así como en esta última las imágenes quedan grabadas sobre una película fotosensible y se revelan posteriormente mediante un proceso químico, en la fotografía digital las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles, las cuales aprovechan el efecto fotoeléctrico para convertir la luz en una señal eléctrica, la cual es digitalizada y almacenada en una memoria.

En foto estudio Maldonado de manera tradicional se ha trabajado con entrega únicamente de trabajos impresos quedándonos con los respaldos en el caso que el cliente requiera una nueva impresión del trabajo, de ser el caso se entregan copias digitales si el cliente así lo requiere. En el transcurso de esta propuesta se determinara el modo en que Foto estudio Maldonado participara en el negocio de la fotografía digital que por el momento no ha existido en la empresa.

3.2.3.1. Estudio de la Demanda

La demanda "es el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas."

La demanda de mercado, para un producto, es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de compradores, en un área geográfica concreta, para un determinado periodo de tiempo, en un entorno definido de marketing y de una serie de condiciones variables que pueden existir en ese mercado.

3.2.3.1.1. Demanda Potencial

El mercado potencial al que dirigiremos nuestro producto es a la población es Estados Unidos (Nueva York).

a) Análisis de Compradores y Mercado Destino

Para obtener datos de la compra de las fotografías paisajista en Nueva York se procede a observar datos Estadísticos acerca del nivel porcentaje de turismo que tiene nuestro país por parte de ciudadanos de Nueva York Estados Unidos.

Grafico N. 2



Fuente: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Elaborador: la Autora

Representación gráficamente del año 2012 de turismo en el Ecuador

Grafico N. 2.1



Fuente: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

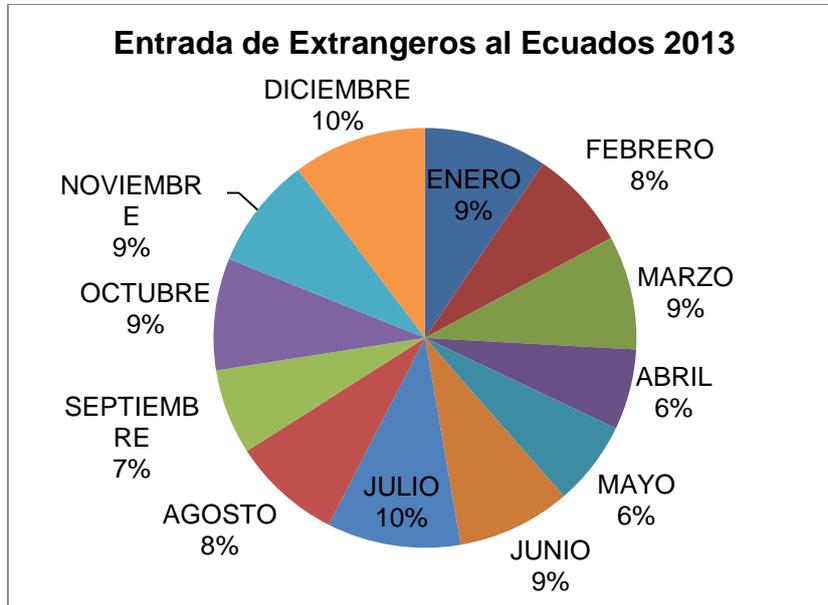
Elaborado por. La Autora

Conclusión:

Nuestro País ha sido visitado significativamente lo que comprobamos que gustan de nuestro paisaje.

Representación gráficamente 2013 de turismo en el Ecuador

Grafico N.2.2



Fuente: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Elaborado por: La Autora

Conclusión:

He concluido en que en el año 2013 ha incrementado el porcentaje de turismo en nuestro país.

3.3. Apoyado o Fundamentado en los Procesos Actuales o Existentes en el Contexto Internacional Marcar o Puntualizar el Sistema propio de Fotografía Maldonado.

3.3.1 Objetivos de la propuesta.

3.3.1.1 Objetivo General.

- ✓ Implementar un Sistema de Categorización y Producción de Fotografía Paisajista del Ecuador, para exportar al mercado estadounidense - Nueva York en la micro empresa Foto Studio Digital Maldonado, para el periodo 2012 - 2015.

3.3.1.2 Objetivos Específicos.

- ✓ Determinar la clasificación del turismo en nuestro país y su incidencia en la creación de nuestro sistema de categorización y producción fotográfica.
- ✓ Crear el sistema de categorías de fotografía basado en el esquema turístico de nuestro país y su vinculación con la fotografía.
- ✓ Establecer los mecanismos digitales y tradicionales para la comercialización internacional de fotografía.
- ✓ Analizar la situación de nuestro mercado destino con respecto a las preferencias, gustos y adquisición de productos iguales o similares al nuestro.
- ✓ Realizar una proyección financiera que permita evaluar el impacto de la propuesta en los resultados contables de Foto Studio Digital Maldonado al final del periodo establecido en el proyecto.

3.4. Desarrollo de la Propuesta del Sistema de Categorización de Fotografía Paisajista.

3.4.1 Introducción.

La principal motivación del presente proyecto radica en la importancia de presentar una alternativa viable para el crecimiento de la microempresa Foto Studio Maldonado, y de este objeto se deriva también otro aspecto que con nuestra propuesta pretendemos demostrar que es el valor turístico de nuestro país que si bien esta industria sin chimenea ha venido durante los últimos 10 años en crecimiento, se ha descuidado un ámbito bastante importante y que por la naturaleza del negocio

Foto Studio Maldonado compete que es la fotografía paisajista que no es otra cosa sino la proyección fotográfica del turismo Ecuatoriano.

Para esto debemos realizar un estudio breve de los conceptos y preceptos en materia del vínculo Fotografía -Turismo.

3.4.1.1 Imagen Turística.

Tras varios años de investigación, diversos autores han propuesto diferentes definiciones para el concepto de imagen turística. La definición más mencionada es la de Crompton (1979; citado en Camprubí, Guía y Comas, 2008; Echtner y Ritchie, 2003; Ibrahim y Gill, 2005; Jenkins, 1999; Tasci y Holecek, 2006; Tasci y Kozak, 2006), quien define la imagen turística como “la suma de creencias, ideas e impresiones que tiene una persona de un lugar”. Esta definición coincide con aquella propuesta por Baloglu y McCleary (1999, citados en San Martín, Rodríguez y Vázquez, 2006), quienes la consideran como la “representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico” (p.71). Markin (1974; citado en Camprubí et al., 2008) establece que la imagen turística es el entendimiento personalizado, interiorizado y conceptualizado de lo que el individuo sabe. Milman y Pizam (1995, citados en Tasci y Kozak) la precisan como la suma de los atributos turísticos relacionados con la experiencia.

Lawson y BaudBovy (1977; citados en Jenkins, 1999) definen a la imagen de un destino como la expresión de todo el conocimiento objetivo, impresiones, prejuicios, imaginaciones, y pensamientos emocionales que un individuo ó un grupo puede tener sobre un lugar particular.

Respecto a estas múltiples definiciones enunciadas con anterioridad, San Martín (2005) señala que a pesar de la diversidad, la experiencia global y la percepción subjetiva del turista es el eje principal para formular cualquier aproximación a la noción de destino turístico.

Se debe considerar que el concepto de imagen turística es multidimensional respecto a los conceptos de bienes de consumo y otros tipos de servicios (Pike, 2005). Las diferentes dimensiones de estas imágenes pueden ser más fuertes o más débiles, y

también más o menos sobresalientes en diferentes momentos o para diferentes personas (Tasci, 2007). Asimismo, San Martín (2005) apunta que diferentes individuos percibirán de forma heterogénea un mismo lugar. En este sentido, Echtner y Ritchie (2003) insisten en que, si bien cada individuo puede tener una imagen mental única de un destino, también existe una imagen mental colectiva de ese destino, dado que las imágenes representan el compendio de un gran número de asociaciones derivadas de información recibida, como notas de prensa, noticias de televisión, películas de cine, entre otros (Bigné, Font y Andreu, (2000).

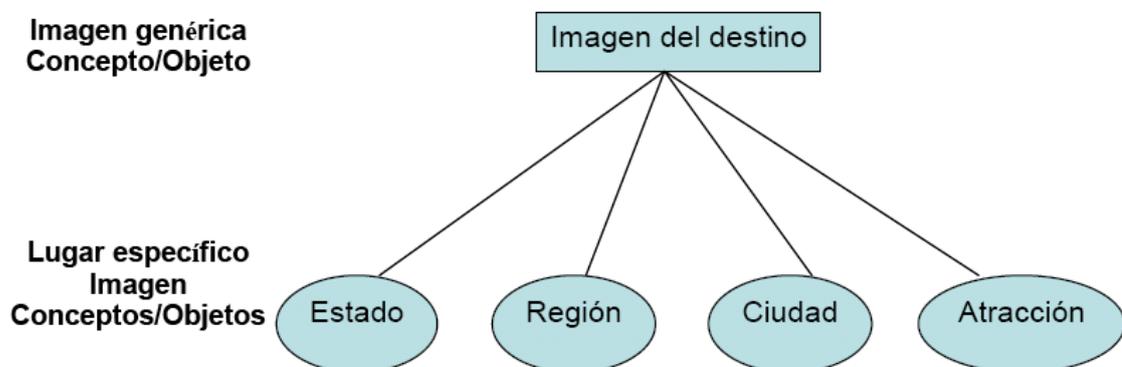
Como resultado de la investigación previa, se ha concretado que la imagen de un destino tiene un rol importante en los varios modelos de toma de decisiones que se han desarrollado a la fecha (Echtner y Ritchie, 2003).

E igualmente, la imagen de un destino puede tener impacto en variables como la satisfacción o insatisfacción que un turista deriva de un destino (Ibrahim y Gill, 2005).

De esta manera, proponen un modelo organizador de los conceptos de imagen del destino, que captura las combinaciones entre asociaciones de la imagen del país y los atributos de un destino específico (por ejemplo, una ciudad).

Imagen N°3

Objetos de Imagen



Modelo rganizador del concepto de imagen de un destino

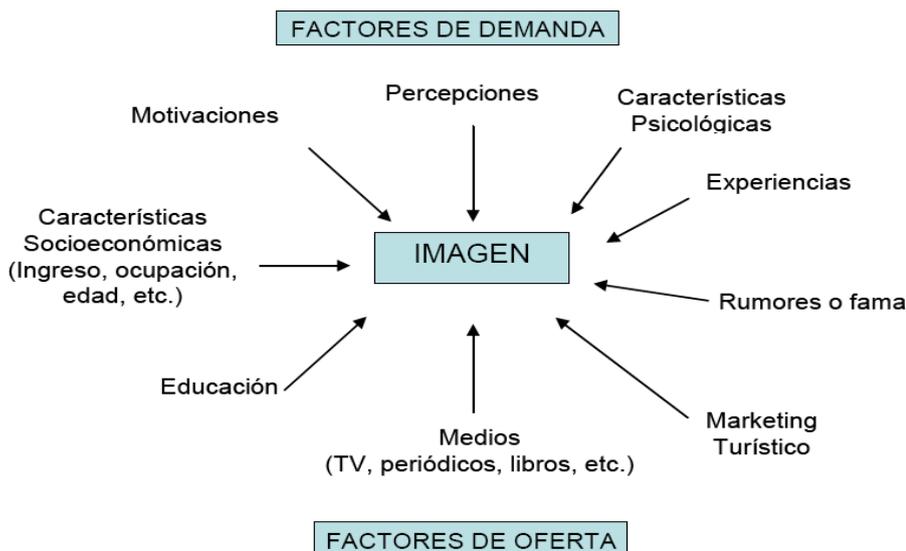
FUENTE: Por Mossberg y Kleppe, 2005

Por otra parte, Gandara, Torres y Costa (2004) mencionan que para que una imagen sea efectiva, debe ser válida (corresponder a la realidad), creíble sencilla (de fácil comprensión), atractiva y distintiva (alejada de tópicos que se tienden a utilizar).

3.4.1.2 Formación de la Imagen turística

La formación de la imagen es un ejercicio que los visitantes llevan a cabo antes del viaje (Sarma, 2007). Reynolds (1965, citado en Echtner y Ritchie, 2003) describe el proceso de formación de la imagen como el desarrollo de una construcción mental basada en algunas impresiones seleccionadas de un flujo de información. Este flujo de información proviene de fuentes tales como percepciones a través de experiencias personales, la opinión de amigos y familiares, fuentes de información del destino, y fuentes de información de noticias independientes y medios masivos (Tasci y Holecek, 2006). Stabler (1988, citado en Jenkins, 1999) propone un modelo que divide a los factores que influyen a la formación de la imagen turística en demanda y oferta. Los factores de demanda corresponden a la formación de la imagen orgánica, mientras que los factores de oferta atañen a la formación de la imagen inducida. En la figura se aprecia el modelo sugerido por Stabler:

Imagen. N°4



Factores que influyen en la formación de la imagen turística en el consumidor

FUENTE: Stabler citado en Jenkins, 1999

3.4.1.3. Importancia de la Imagen

Anteriormente se ha mencionado que la imagen de un destino turístico es importante porque influye tanto en la toma de decisiones de los turistas como en los niveles de satisfacción respecto a la experiencia turística (Jenkins, 1999). Por otro lado, se dice que la construcción de la imagen ayuda a explicar el comportamiento de la gente. Una imagen quizá se forme y se altere debido a la conducta (Brokaw, 1990; citado en Boo y Busser, 2005).

Además, se dice que la investigación sobre la imagen es útil en todas las fases de planeación de marketing inteligente, incluyendo la planeación, el desarrollo, posicionamiento y promoción (Tasci, 2007). Croy (2004) sintetiza en los siguientes puntos la importancia de la imagen en el turismo:

- ✓ Creación de expectativas
- ✓ Estrategia de marketing y segmentación de mercados
- ✓ Forma de consumo
- ✓ Construcción y refuerzo de imágenes de la gente
- ✓ Efectos en mercados potenciales
- ✓ Satisfacción
- ✓ Selección del destino

3.4.2. Categorización de la Fotografía Paisajista del Ecuador.

Como ya mencionamos anteriormente el turismo en el Ecuador y su estructura de cierto modo ya establecido tanto por entidades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, sector privado y los sujetos vinculados directa e indirectamente a la industria; servirá de base para nosotros poder categorizar la fotografía paisajista basados en esta estructura.

Bajo estos términos tenemos que el turismo está estructurado y perfilado de acuerdo a sus regiones naturales que dan origen a un sinnúmero de posibilidades tanto para el deleite del turista nacional y extranjero en materia de desarrollo turístico, mientras que para efectos de nuestro estudio y propuesta nos permitirá categorizar de acuerdo al mismo precepto de regiones naturales, es así que tenemos:

3.4.2.1 Categorización Regiones Naturales del Ecuador.

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas: la Costa, que comprende poco más de la cuarta parte del país; la Sierra, que se extiende en una doble hilera de montañas y una estrecha meseta deshabitada conocida como valle interandino; el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes, e Insular, integrada por el archipiélago de Colón, que comprende seis islas grandes y nueve pequeñas de origen volcánico, aunque la mayoría de los volcanes están extinguidos.

La región de la Sierra se extiende entre las dos cadenas de la cordillera de los Andes, la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los 4.877 metros de altitud. El Cotopaxi, el volcán activo más alto del mundo (5.897 m) y el Chimborazo (6.267 m), nevado o volcán inactivo, están situados, el primero entre las cordilleras Occidental y Oriental, y el segundo en la cordillera Occidental de los Andes.

- ✓ Costa
- ✓ Sierra
- ✓ Oriente
- ✓ Insular

3.4.2.1.1 Categoría Costa.

La Costa es una región que está localizada al oeste de la Cordillera de los Andes y está atravesada de norte a sur por una cadena montañosa de altura menor, llena de extensa planicies aluviales.

La Costa está formada por tres ecosistemas principales: los bosques lluviosos tropicales del norte; las sabanas tropicales del centro y del suroeste; y el bosque seco de la franja peninsular occidental y meridional. A lo largo del litoral costero se distinguen dos ecosistemas adicionales caracterizados por sus comunidades animales y vegetales: las entrantes de manglar y otras áreas; las playas y acantilados conocidos por su peculiar formación rocosa.

La temperatura promedio que prevalece en la Costa es de 22° C. El invierno dura de diciembre a mayo y el verano de junio a diciembre. La corriente cálida conocida

como Corriente del Niño provoca un aumento en los índices de pluviosidad entre los meses de enero y mayo.

Muchos bosques occidentales han sido sustancialmente destruidos por la actividad agrícola, pero aún se puede encontrar importantes zonas donde existe vegetación primaria: un bosque seco de 369 km²; un bosque lluvioso de 12.000 km² y un bosque fluvial de 4.000 km² para nombrar sólo unos cuantos.

En la Costa se cultiva extensivamente importantes productos de exportación como el banano. En esta región se produce café, cacao, arroz, soya, caña de azúcar, algodón, frutas y otros cultivos tropicales destinados a satisfacer la demanda de mercados nacionales e internacionales.

Los manglares y el medio ambiente marino ofrecen a los peces y crustáceos un hábitat ideal, llegando a ser varios miles los pequeños pescadores que aprovechan la abundancia de estos recursos. Cientos de personas trabajan en camaroneras cuya superficie total llega a los 126.000 hectáreas. El camarón es uno de los principales productos del Ecuador, pero la explotación indiscriminada del medio ambiente por parte de diferentes industrias ha ocasionado la destrucción masiva de extensas áreas de manglar.

Guayaquil, Puerto Bolívar, Manta y Esmeraldas son puertos de entrada que se extienden a lo largo de 4.817 km² de costa y playa. Poseen numerosas zonas marítimas pesqueras y excelentes lugares para la práctica de deportes acuáticos. En esta región existen cinco provincias. Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro, cada una con diferentes lugares de atracción y variada vegetación que va desde los bosques lluviosos hasta los bosques nublados y las áreas semidesérticas.

Las principales atracciones turísticas de Esmeraldas son los pueblos de pescadores, los manglares y los sitios arqueológicos.

Cerca de la playa de las aguas son ricas en camarón, ostra, langosta, cangrejo, almeja y otros crustáceos.

La Reserva Bio-antropológica de la Comunidad Awa y la Reserva Cotacachi-Cayapas, típicas del bosque lluvioso, se localizan en la parte norte de la provincia de Esmeraldas. Esta área de extrema humedad incluye un complejo y una comunidad botánica de múltiples especies. En esta zona, que se extiende desde el Ecuador hasta parte de Colombia, viven los indios Chachis, también llamados Cayapas, así como un buen número de negros e indios awa.

La diversidad de los recursos naturales que se encuentran en la provincia de Manabí hace de ella un lugar especialmente atractivo. Aquí el turista encontrará paisajes pintorescos entre los que se cuentan pueblos de pescadores, manglares, playas, áreas protegidas, islas y sitios arqueológicos.

El Parque Nacional Machalilla tiene una especie de 55.040 hectáreas, incluyendo las islas de Salango y La Plata, y representa el número de la región. El parque abarca tres zonas climáticas: bosque húmedo, bosque seco y bosque extremadamente seco, todos los cuales brindan una gran diversidad de hábitats a plantas y animales.

La provincia del Guayas tiene uno de los ecosistemas más importantes del país: el Golfo de Guayaquil, a donde llegan 1526 m³ de agua dulce por segundo. La provincia tiene seis áreas protegidas, que se administran de acuerdo con diferentes categorías. El área protegida más importante es la Reserva Ecológica del Manglar de Chururte, no lejos de Guayaquil donde se pueden observar y estudiar una gran variedad de especies de manglar, pájaros acuáticos y fauna relacionada.

El paisaje costero de la provincia de El Oro es árido debido al influjo de la Corriente de Humboldt y alberga una vegetación xerofítica importante. Las plantas se han adaptado al medio árido, transformando su follaje en espinas y un sistema de raíces muy profundas. En 1985 se descubrió una nueva especie de pájaro: el llamado perico de El Oro (*Pyrrhura orcesi*). Las áreas semidesérticas de la Provincia de El Oro incluyen el Bosque Petrificado de Puyango, uno de los sitios más espectaculares para el estudio de la paleontología.

De Pasaje a Zaruma-Piñas, los bosques son ricos en pájaros y orquídeas. A lo largo del camino Pasaje- Cuenca-Girón existen excelentes sitios de observación.

3.4.2.1.1.1. Sub Categorías Costa

Para determinar las sub categorías hemos establecido los atractivos de mayor relevancia en base a indicadores recopilados en el ministerio de turismo del Ecuador.

- ✓ Playa
- ✓ Deportes Extremos
- ✓ Fauna Marina
- ✓ Gastronomía

3.4.2.1.2. Categoría Sierra.

Aquellos que nunca han visitado el Ecuador a menudo se lo imaginan como una tierra selvática que está en medio del mundo y cuyas playas están bañadas por el Océano Pacífico. Es increíble, dicen, que la Cordillera de los Andes represente una gran área del país, con volcanes que suben hasta el cielo, y a sus pies páramos y valles, todo lo cual forma parte de una considerable región ecológica temperada.

Hace cinco millones de años, a inicios del Plioceno, la cadena montañosa de los Andes empezó a formarse. La Cordillera dividió el Ecuador en dos planicies cubiertas de bosques con una franja intermedia angosta bordeada por la "Avenida de los Volcanes". Aquí evolucionó una flora y fauna de indescriptible, riqueza, adaptándose a las bajas temperaturas, los fuertes vientos, la intensa radiación ultravioleta, la lluvia, el granizo, la nieve y las grandes alturas.

La Cordillera de los Andes atraviesa el Ecuador de norte a sur y está dividida en tres sectores: la Cordillera Oriental, la Cordillera Interandina con numerosos valles y hoyas, y la Cordillera Occidental.

En la Sierra la estación lluviosa o invierno dura de octubre a mayo, con una temperatura anual promedio que varía de 12º a 18º c. Empero, la variación diaria puede ser extrema, con días muy calientes y noches muy frías. Y sin embargo, algunas personas se refieren al clima de la Sierra como una "eterna primavera".

Las condiciones climáticas existentes en la Sierra así como la reciente actividad volcánica han incentivado un desarrollo peculiar e interesante de las especies

vegetales, el mismo que caracteriza los bellos paisajes del área conocida con el nombre de páramo.

La décima parte del Ecuador 27.000 Km² está cubierta de páramos o de vegetación seca. Ubicada entre los 3.500 y 4.500 mts. sobre el nivel del mar, la región del páramo es un hábitat ideal para cóndores, caracas, venados, llamas, vicuñas, colibríes y flores multicolores.

Los páramos andinos están caracterizados por la presencia de plantas gramíneas, almohadillas y otro tipo de vegetación propia. Los páramos del norte, en especial el páramo de El Angel, son famosos por sus frailejones gigantes (Espeletia). Por otro lado, aquellos ubicados en los contrafuertes de la cordillera son ricos en brezos, líquenes y árboles cubiertos de musgos, sirviendo al mismo tiempo de morada a osos, tapires y pumas.

3.4.2.1.2.1. Sub Categorías Sierra.

Para determinar las sub categorías hemos establecido los atractivos de mayor relevancia en base a indicadores recopilados en el ministerio de turismo del Ecuador.

- ✓ Nevados y Montaña.
- ✓ Deportes de Aventura
- ✓ Cultura y Religión
- ✓ Historia
- ✓ Folcklore

3.4.2.1.3. Categoría Oriente (Amazonia).

La Amazonía ecuatoriana se extiende sobre un área de 120000 km² de exuberante vegetación propia de los bosques húmedos tropicales. La Cordillera de los Andes forma el límite occidental de esta región, mientras que Perú y Colombia forman el límite meridional y oriental respectivamente.

Los ríos amazónicos han lavado desde los Andes una gran cantidad de materiales, formando suelos aluviales y terrazas que se utilizan para la agricultura.

La temperatura anual promedio oscila entre los 24°C y 25°C. Pese a que los meses de diciembre a febrero son los más secos, a lo largo del año se distribuyen uniformemente de 300 y 400 cm. de lluvia.

La principal atracción de los bosques altos es la vegetación en general, y en particular los árboles, algunos de los cuales sobrepasan los 45m. de altura. Especies frecuentes en la región son la canela, el árbol de seda, el jacarandá y varias plantas leguminosas. Las llanuras aluviales se ubican en las terrazas de los ríos principales y tiene grandes concentraciones de palma.

La principal ruta turística es el Río Napo, uno de los grandes tributarios del Amazonas. La Cuenca del Napo tiene una longitud de 1.400 km, y su ancho varía de uno a cinco kilómetros. Como resultado de la dinámica fluvial, el Napo riega 130 islas cubiertas de bosques jóvenes que son el lugar de refugio y anidamiento de una extensa variedad de pájaros.

A lo largo del Río Napo los nativos y los colonos han establecido comunidades, en algunos casos junto a pequeños hoteles y casas de hospedaje. La mayoría de las playas están cubiertas de bosques tropicales. A lo largo de miles de años se han formado hermosos lagos a partir de los lechos fluviales.

Durante la historia los pueblos indígenas han logrado mantener una existencia productiva sin tener que recurrir a la preservación de los ecosistemas de bosque lluvioso. Las etnias más importantes de la Amazonía ecuatoriana son: los Siona-Secoya, los Cofanes, los Huaorani, los Quichuas del Oriente, los Shuar and los Achuar.

El ecosistema amazónico, en especial su bosque lluvioso tropical, es considerado uno de los hábitats vegetales y animales más ricos y complejos del mundo. La característica más importante de la región es la existencia de una prolífica flora y fauna junto con extraordinarias variaciones de macro y micro-hábitats.

En la selva del Alto Amazonas se han identificado 100 especies de árboles por acre. Para asimilar la verdadera magnitud de esta cifra, pensemos que los bosques centroamericanos más densamente ricos incluyen apenas 40 especies por acre.

Además, los bosques templados de América del Norte y Europa raras veces contienen más de 20 especies por acre.

Los ríos, lagos, corrientes y pantanos de la Amazonía son el hogar de 600 especies de peces y más de 250 especies de anfibios y reptiles. Dos especies de caimanes alcanzan más de cuatro metros de largo en los lagos que existen en las cuencas del Napo y el Aguarico.

En la región amazónicas ecuatoriana viven mamíferos típicos de Sudamérica, entre los cuales se hallan armadillos, osos melíferos y perezosos. Los murciélagos del Amazonas forman un grupo de cosmopolita compuesto por más de 60 especies.

Otros mamíferos y perezosos. Los murciélagos del Amazonas forman un grupo cosmopolita compuesto por más de 60 especies. Otros mamíferos del bosque lluvioso tropical son los tapires, los monos y los ocelotes o jaguares. Una caminata a través del bosque permitirá al turista observar monos, osos y grandes roedores, además de manatíes y caimanes en los lagos.

Las aves son el grupo más numeroso de vertebrados amazónicos, llegando aproximadamente a las mil especies, repartidas en bosques, lagunas y áreas abiertas.

Todos los ecosistemas amazónicos están habitados por aves multicolores. Comúnmente se ven en tierra y agua loros, guacamayos y tánagras. En toda la Amazonía vive un sinnúmero de garzas y gaviotas.

El extenso sistema de parques nacionales del Ecuador junto con las estaciones científicas y las áreas protegidas cubren cerca de 3'035.250 Ha. Para conservar y proteger estas áreas únicas y ubérrimas, el Ecuador ha creado, entre otros, la Reserva Bioférica del Parque Nacional Yasuní, la Reserva Ecológica de Limoncocha y la Reserva Faunística de Cuyabeno.

Las cuencas del Napo y el Aguarico ofrecen numerosas oportunidades de observar complejos ecosistemas, llanuras aluviales, pantanos y áreas inundadas, todas habitadas por una gran variedad de especies. Los ríos Yuturi, Yasuní, Tiputini, Tivacuno y Cononaco están totalmente rodeados de bosques vírgenes.

3.4.2.1.3.1. Sub Categorías Oriente (Amazonia).

Para determinar las sub categorías hemos establecido los atractivos de mayor relevancia en base a indicadores recopilados en el ministerio de turismo del Ecuador.

- ✓ Flora y Fauna silvestre.
- ✓ Pueblos Ancestrales.
- ✓ Sistema Fluvial (Rios)

3.4.2.1.4 Categoría Galapagos.

Descubrir las Islas Galápagos significa descubrir la naturaleza en su estado, prístino más puro. Tanto así que ellas motivaron al joven naturalista inglés Charles Darwin, que visitó las islas en 1835, a escribir su famoso libro titulado "El Origen de las Especies". Y el mundo no ha sido el mismo desde entonces.

Ubicado a 1.000 km. lejos de la costa del Ecuador, este misterioso y fascinante archipiélago está compuesto de 13 islas grandes, seis pequeñas y más de 40 islotes. Todo el archipiélago tiene una extensión total de 8.010 km".

Una gran parte del archipiélago está al sur de la Línea Ecuatorial, donde convergen varias corrientes marinas. En suma, las Galápagos son la fusión de todos los elementos necesarios para crear una maravilla zoológica, botánica y geológica al mismo tiempo.

Las islas emergieron del Océano Pacífico hace cinco millones de años como resultado de erupciones volcánicas submarinas. Son las formaciones de lava y la roca volcánica lo que da al turista la impresión de hallarse "en otro mundo" cuando visita las Galápagos.

El proceso de evolución, el clima, las corrientes marinas y una carencia relativa de enemigos predatorios -incluyendo el Hombre- Hicieron de este archipiélago uno de los más raros e importantes lugares de nuestro planeta.

Siguiendo diferentes "camino" desde el continente hasta las islas, animales y plantas colonizaron los originales lechos de lava que hace miles de años formaban las Galápagos.

Los organismos que sobrevivieron a la travesía evolucionaron hasta formar especies únicas que no se encuentran más que en este lugar. Todos los reptiles de las Galápagos, la mitad de las especies de aves, el 32% de las plantas y el 25% de los peces, así como un buen número de invertebrados, se encuentran exclusivamente en el archipiélago.

El medio ambiente terrestre y marino de las islas ofrece una variedad de singulares paisajes que han cultivado a muchas generaciones de turistas y científicos. Tortugas gigantes, iguanas marinas y terrestres y lagartijas de lava, construyen la familia de reptiles más espectacular jamás conocida.

Las aves están representadas por más de 13 especies diferentes de pinzones, cormoranes, pingüinos pequeños, halcones, gorriones, albatroses, flamencos y bobos, para nombrar sólo algunos. Entre los mamíferos se hallan las hermosas focas juguetonas y los encantadores delfines. Por éstas y muchas otras razones la UNESCO declaró a las Islas Galápagos Patrimonio Natural de la Humanidad.

3.4.2.1.4.1 Sub Categorías Galápagos.

Para determinar las sub categorías hemos establecido los atractivos de mayor relevancia en base a indicadores recopilados en el ministerio de turismo del Ecuador.

- ✓ Flora y Fauna Terrestre.
- ✓ Flora y Fauna marina.
- ✓ Islas
- ✓ Playa

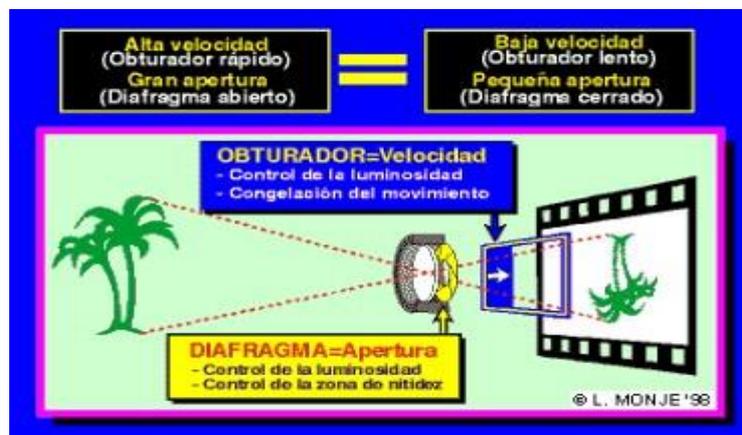
Proceso Fotográfico.

Resulta difícil abordar el estudio de la fotografía sin tener antes una visión en conjunto del proceso, ya que una visión parcial de sus fundamentos físico-químicos puede hacer olvidar la existencia de la técnica fotográfica como un todo, e impide aplicar una serie de ejemplos prácticos que, sin duda ayudarán a su mejor comprensión. En líneas generales, la técnica fotográfica, puede dividirse en: óptica, química y física sencillas.

3.4.2.2. Formación de la Imagen.

Algunas de las radiaciones electromagnéticas emitidas o reflejadas por un sujeto, al penetrar por el objetivo de nuestra cámara se desvían o refractan para volver a juntarse formando una imagen invertida. La distancia a que ocurre esto, está relacionada con la distancia del sujeto a la lente y el poder de refracción (o distancia focal) de la misma.

Imagen. Nº 5



Fuente: http://foto.difo.uah.es/curso/proceso_fotografico_negativo-positivo.html

Elaborado: Wall, E.J. & Jordan

Esta imagen suele formarse sobre una placa de cristal esmerilado que nos permite comprobar si el objeto está o no correctamente enfocado. Cambiando la lente (objetivo) por otras de distinta longitud focal, podemos modificar el tamaño de la imagen.

Al efectuar una toma fotográfica, una lámina cubierta con material fotosensible sustituye a la placa. La cantidad total de luz que ha de recibir este material, ha de poderse controlar rigurosamente; para ello disponemos de dos controles: el DIAFRAGMA, que gradúa el caudal de luz; y el OBTURADOR que determina el tiempo durante el cual la película va a recibir ese caudal.

Ambos controles están calibrados hoy en día en una escala numérica internacionalmente aceptada.

En estos dos dispositivos radica todo el control del fotógrafo, y es fundamental comprenderlos desde el principio. Para ello se utiliza casi siempre el siguiente ejemplo:

Supongamos que tenemos un vaso (la película) que hay que llenar con una cantidad determinada de agua (en nuestro caso luz); pues bien, igual podemos conseguir esa cantidad abriendo el orificio (o diafragma) del grifo al máximo durante un minuto, que cerrando el grifo a la mitad durante dos minutos, que cerrándolo a la cuarta parte y dejando discurrir el agua cuatro minutos. Para un mismo tipo de película y una mismas condiciones de iluminación, esta cantidad total de luz ha de ser siempre la misma; es decir la cantidad de luz recibida está en función de la intensidad luminosa por el tiempo de exposición.

Imagen. Nº 6



Fuente: [http://foto.difo.uah.es/curso/proceso fotografico negativo-positivo.html](http://foto.difo.uah.es/curso/proceso_fotografico_negativo-positivo.html)

Elaborado: Wall, E.J. & Jordan

Más adelante, veremos como con la abertura del diafragma, podemos regular, además de la intensidad luminosa, la extensión de la zona de nitidez de la imagen y

como con el anillo de velocidades podemos congelar el movimiento de los objetos y evitar las imágenes movidas.

3.4.2.3 Registro de la Imagen.

Una película fotográfica, está compuesta fundamentalmente por una emulsión de gelatina y cristales de haluros de plata (generalmente Cloruro, Yoduro, o Bromuro de plata.) que se descomponen al recibir cierta dosis de radiación electromagnética, de baja longitud de onda, formando un germen de plata metálica apenas visible. Según la Ley de Bunsen-Roscoe, la cantidad de cambio químico producido es proporcional a la cantidad de luz absorbida, es decir a la intensidad multiplicada por el tiempo.

3.4.2.4. Revelado de la Imagen.

Los pequeños átomos de plata metálica formada, configuran una imagen negativa del objeto, llamada IMAGEN LATENTE.

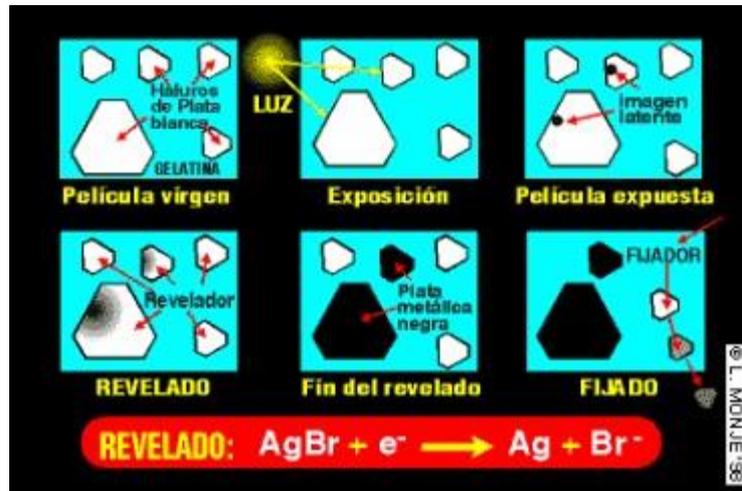
Teóricamente podríamos aumentar la cantidad de estos átomos hasta hacer visible la imagen a simple vista, pero los prolongados tiempos de exposición necesarios para ello, nos causarían innumerables problemas. Por ello se somete esta debilísima imagen latente, aun proceso de intensificación química o REVELADO.

El proceso de revelado consta, en esencia, de tres pasos: el primero de ellos, o revelado propiamente dicho, consiste en la formación de un gran número de átomos de plata alrededor de cada átomo de plata inicial debido a la acción de una sustancia química reductora que cede electrones a los haluros de plata. Es decir Bromuro de plata más un electrón, produce plata metálica más un ion Bromuro.

Los electrones necesarios para esta reacción proceden de agentes reductores aromáticos como los de tipo polifenol (por ejemplo el Metol - no confundirlo con metanol).

Un revelador se compone además de una serie de sustancias aceleradoras, retardadoras, conservantes, etc., que veremos más adelante. De cualquier forma algunos de los cambios físico-químicos producidos durante el revelado, aún no han sido explicados por completo.

Imagen. Nº 7



Fuente: http://foto.difo.uah.es/curso/proceso_fotografico_negativo-positivo.html

Elaborado: Wall, E.J. & Jordan

En un revelado a fondo, cada micro-cristal de haluro que posea átomos de plata formados durante la exposición, irá transformándose en plata alrededor de estos núcleos metálicos. De esta manera, la emulsión constará ahora de cristales de plata metálica negra, que en conjunto resultan perfectamente visibles, de los cristales blancos de haluros de plata que no resultaron expuestos y de una serie de productos químicos producidos durante la reacción, que confieren a la película una apariencia lechosa.

Si el proceso terminase aquí, al extraer la película y observarla a la misma luz que la impresionó, los cristales de haluros no expuestos volverían a reaccionar y la película acabaría por ennegrecerse por completo; por ello en la segunda etapa hemos de suprimirlos mediante un compuesto químico ácido que los disuelva, el FIJADOR.

Una vez completa la etapa de fijado, se procede a un LAVADO intenso de la película para eliminar los restos de productos químicos que pudiesen afectar a la emulsión y se procede al secado de la imagen negativa.

El negativo es necesario ahora copiarlo o positivarlo para reconstruir la imagen con la gradación tonal del objeto.

La copia o positivo se obtiene de forma similar pero utilizando el negativo como original y utilizando un proyector o ampliadora en lugar de la cámara; sobre este aparato puede ejercerse el mismo control sobre el tiempo e intensidad de la luz. La nueva emulsión fotosensible tiene como soporte papel en vez de acetato, para aumentar la reflectancia y contraste de la copia, pero las sustancias fotosensibles vienen a ser las mismas al igual que el proceso y las sustancias reveladoras.

Si en vez de papel utilizásemos como soporte de la emulsión otra vez el acetato, obtendríamos una diapositiva, esta palabra, contracción de la frase "directo-positivo" se toma por su equivalencia a otros procesos en que la imagen positiva se obtiene sin mediar un negativo.

3.4.2.5. Ventajas del método negativo-positivo.

Radica en que:

- ✓ Pueden hacerse muchas copias a partir de una toma digital o análoga,
- ✓ Éstas pueden hacerse en gran variedad de tamaños y sobre distintos soportes,
- ✓ Permite además ejercer un nuevo control de la imagen durante el proceso de positivado

3.4.3. Flujo gramas de Procesos de Categorización y Producción.

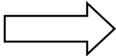
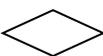
El Flujo grama o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos. El Flujo grama o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc.

✓ SIMBOLOGÍA

A. Preparación u Operación: Etapa en la que alguien hace que un producto o servicio esté preparado o se pueda utilizar con un fin determinado (acción); es decir actúa sobre un objeto o para producir una salida.

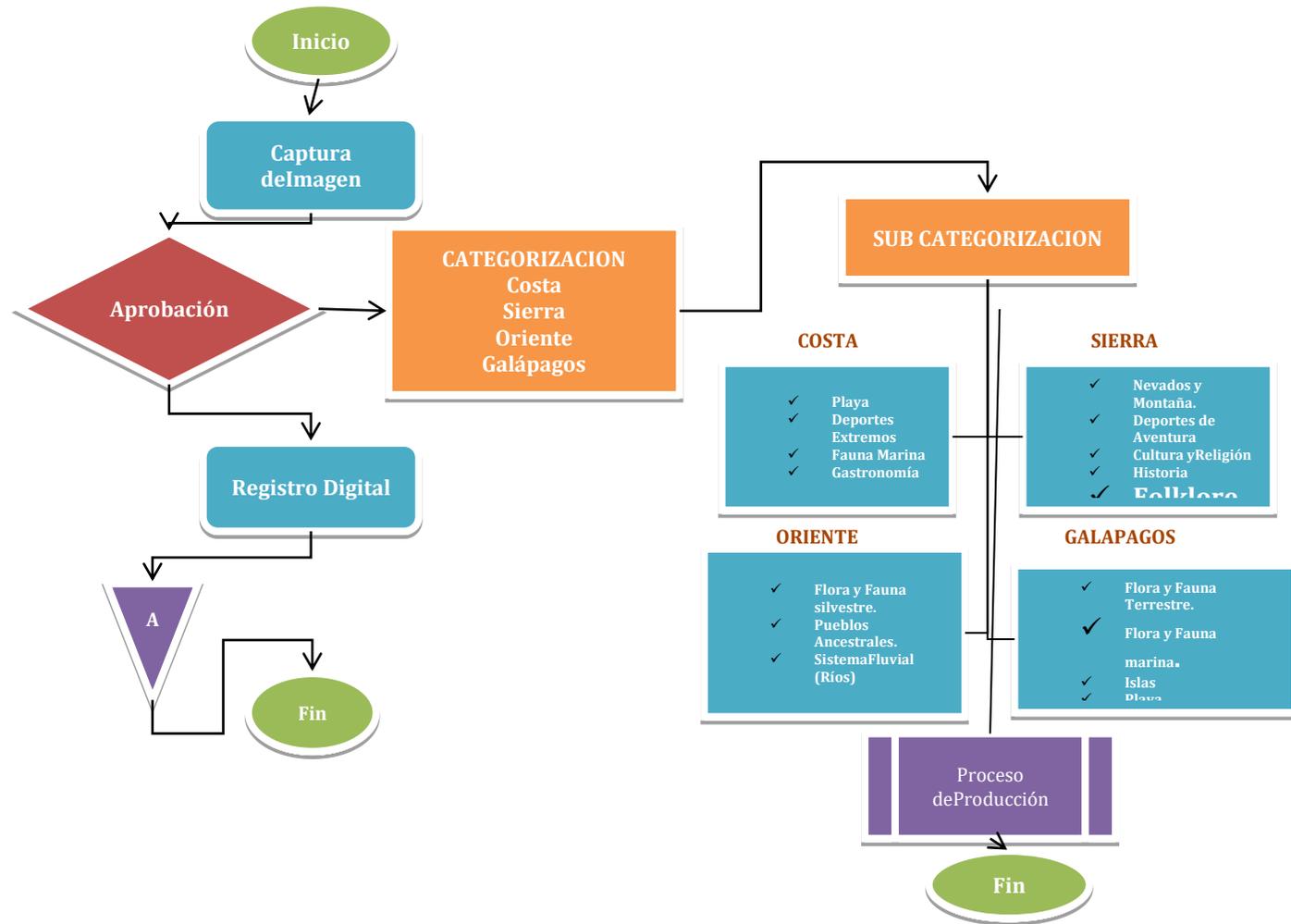
- B. Demora o Espera: Detenerse y esperar la puesta en marcha de la actividad precedente, para poder continuar con el proceso.
- C. Transporte: Etapa que provoca que algo o alguien cambie el lugar o la posición de un objeto.
- D. Control: Las acciones de control se asocian con la medición, análisis, evaluación o auditoria de la información, productos o servicios para asegurar que cumplen las especificaciones y que proporcionan los resultados esperados.
- E. Almacenamiento o Archivo: Etapa que sitúa un producto, información o servicio en una zona de conservación (archivo, almacén) o posición (cola) para utilizarlo o proporcionar el servicio más adelante.

Imagen N°8

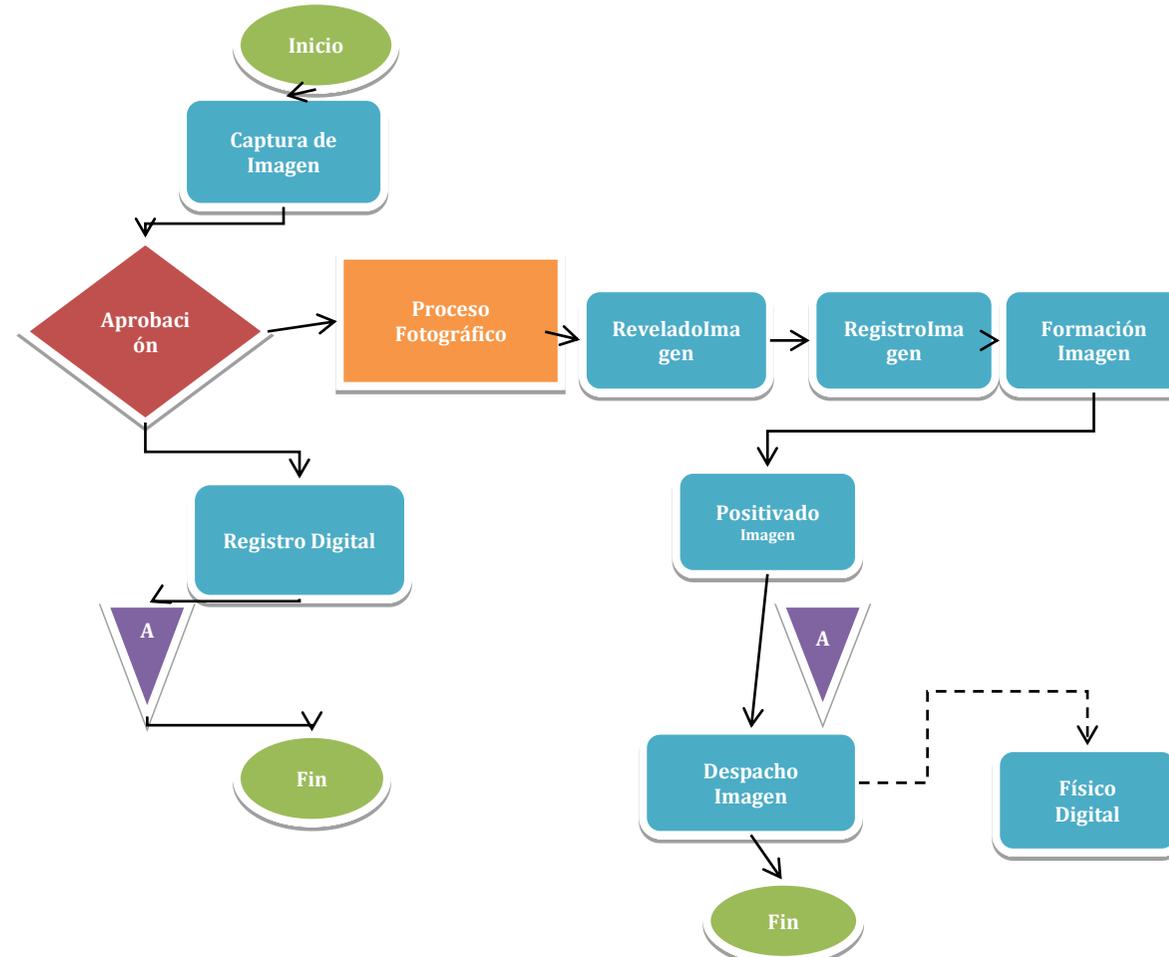
SÍMBOLO	NOMBRE
	Preparación, Operación
	Demora o Espera
	Transporte
	Inspección, Verificación y Control
	Almacenamiento o Archivo
	Decisión
	Documento

Elaborado: la Autora

3.3.1.1. Flujo grama de Categorización. Imagen. N° 9



3.3.1.2. Flujo grama Proceso de Producción. Imagen N° 10



Fuente: Emanuel, W.D. Ed. Omega

Elaborado: Por la Autora

3.5. Sistema Logístico para la Comercialización

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea que de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

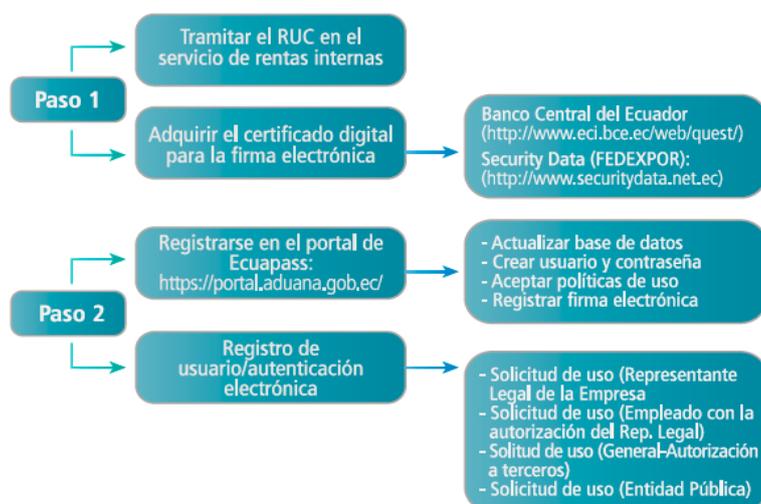
Para empezar el desarrollo del sistema logístico hablaremos brevemente de los pasos que se necesitan para exportar en Ecuador.

A continuación presentamos una lista detallada de aspectos necesarios para asegurar la transparencia y solidez en la negociación con su comprador; la salida de la mercancía, su traslado, recepción y pago de manera exitosa y eficiente.

Adicionalmente, para poder ser competitivo en los mercados internacionales, es necesario conocer los procedimientos que se requiere cumplir en las operaciones comerciales.

3.5.1.Registro de Exportador en el Ecuapass.

Imagen N° 11

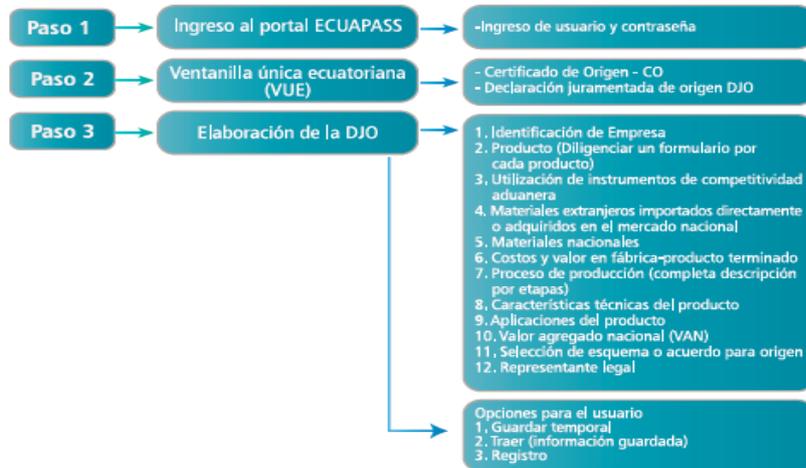


Fuente:<http://comercioexterior.com.ec/qs/content/gu%C3%ADa-ecuapass>

Elaborado:Ecuapass

3.5.2. Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)

Imagen.Nº 12



Fuente:<http://comercioexterior.com.ec/qs/content/gu%C3%ADa-ecuapass>

Elaborado: Ecuapass

3.5.3. Etapa de Pre-embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- ✓ Del exportador o declarante
- ✓ Descripción de mercancía por ítem de factura
- ✓ Datos del consignatario
- ✓ Destino de la carga
- ✓ Cantidades
- ✓ Peso
- ✓ Demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

Imagen. N° 13



Fuente:<http://comercioexterior.com.ec/qs/content/gu%C3%ADa-ecuapass>

Elaborado: Ecuapass

3.5.4. Logística de Comercialización y Exportación.

La comercialización del producto de Foto Studio Maldonado se basará principalmente en plataformas tecnológicas y de fácil acceso e internet, a continuación presentamos una guía de comercialización y logística principalmente de productos digitales y en el caso de que el cliente así lo requiera la exportación de productos físicos esto por cuanto la naturaleza de la producción que compete a esta microempresa es netamente fotografías digitales pero que sin embargo se puede transformar en un producto tangible.

El término utilizado para la comercialización en internet de fotografías se denomina Microstock (la venta de fotos en Internet o venta de fotos online).

3.5.4.1. Microstock o comercio de fotografías.

Microstock es el comercio de fotografías a un bajo precio. Hace no mucho tiempo, cuando una empresa necesitaba una fotografía recurría a contratar un fotógrafo o a buscar la foto deseada en alguno de los archivos de fotografías disponibles en catálogos de empresas especializadas.

De unos años para acá han proliferado en Internet las agencias de Microstock, obteniendo un gran éxito entre los clientes debido principalmente al precio de las

fotos, a la rapidez que supone disponer de la foto en el momento y a la gran cantidad de imágenes que hay disponibles para la elección.

Hoy en día, la gran mayoría de colaboradores o fotógrafos que envían sus fotos a las agencias son aficionados a la fotografía que esperan conseguir una ayuda económica realizando a la vez su hobby. En el mundo de Microstock la ganancia no está en vender una foto muy cara, está en venderla muchas veces y en varias agencias. Realmente hay fotos de algunos colaboradores profesionales de este sistema de comercio fotográfico que saben fotografiar de forma impecable motivos y conceptos muy demandados en el mundo empresarial y que consiguen vender algunas de sus fotos miles de veces.

Para los fotógrafos y aficionados sería maravilloso poder vender alguna de sus obras en 500 dólares, pero como eso es algo, en estos tiempos, bastante complicado, al menos, en esta era de Internet, podemos colaborar con las agencias de Microstock, y si la foto es realmente buena, no van a pagarte esa cantidad por ella, pero pueden conseguir que la vendas 1000 veces, ya que los derechos de la foto siempre serán del autor y no se vende la exclusividad de la imagen, solo se vende el uso (Royalty-Free), y 1000 ventas a 0,50 dólares también son 500 dólares.

Principalmente el tipo de características a tomar en cuenta previo a la comercialización es conocer qué tipo de fotos son las que más se venden, los requisitos que exigen las agencias especializadas, cuales son las agencias que más venden, cuánto pagan por cada venta, etc.

Estas páginas constituyen básicamente agencias de ventas que, aunque pagando realmente poco, son capaces de vender muchas veces nuestras fotos, si lo merecen, y convertir una microempresa como Foto Studio Maldonado en un referente dentro de la fotografía paisajista en ámbito digital y a la vez puede proporcionarnos una fuente rentable y extra de ingresos que es el propósito final de esta propuesta.

3.5.4.2. Procedimiento para ofertar nuestro producto digital.

- ✓ Seleccionar nuestros mejores trabajos y/o productos con la finalidad de mostrar un catálogo de oferta a nuestros clientes.
- ✓ Determinar el contenido de la fotografía tomando en cuenta la categorización y sub categorización establecida
- ✓ Guárdalas en JPG en nivel 10 de calidad, deben medir al menos 4 Mp, es decir, 1650 X 2450 píxeles mínimo.
- ✓ Tomar en cuenta el proceso de positivado es decir el tratamiento de la imagen para obtener un producto final de calidad que también fue establecido anteriormente en la propuesta, y asegurarse que se encuentran bien técnicamente hablando.
- ✓ Escanear nuestro pasaporte o cedula de identidad en JPG, la página donde están tus datos y foto.

3.5.4.3. Cuánto dinero se puede ganar vendiendo fotos en Internet.

Asegurar cuánto dinero se puede ganar vendiendo fotos en Internet es algo casi imposible, dependerá de varios factores importantes, principalmente de la calidad y del enfoque comercial de las fotografías, en segundo lugar, de la constancia en el proyecto y del número de fotos que somos capaces de hacer y enviar para su venta y de saber etiquetar bien las fotografías con la descripción y las palabras claves apropiadas, ya que a través de esas palabras serán encontradas por los posibles compradores.

Vamos a dar por hecho que los factores anteriormente descritos se cumplen y que hemos conseguido llegar a tener 500 fotografías a la venta en 5 agencias de venta de fotos en Internet, como la exclusividad no es obligatoria en este tipo de agencias, se entiende que aproximadamente esas 500 fotos están en los 5 sitios, en algunas más y en otras menos, ya que cada una tiene sus preferencias y no todas van a ser admitidas en todas las webs; sumando el total de las ventas de las 5 agencias hay que estimar que los ingresos mensuales no deberían ser menos de 150 a 200 euros, si las fotos son realmente buenas, comercialmente hablando, probablemente más, Seguro que

siempre habrá fotos que no se vendan, pero tendremos nuestras "campeonas" con muchas ventas

A partir de aquí hay que saber que ir aumentando el número de fotos es absolutamente necesario para que los ingresos puedan aumentar, además, si dejamos de subir fotos periódicamente, los ingresos empezarán a bajar, es conveniente y necesario que siempre existan fotos nuevas en nuestro portafolio para que también se vendan las que llevan más tiempo.

Hay pocos, pero algunos viven exclusivamente de sus ventas en las principales agencias de Microstock, no es fácil, son fotógrafos que llevan mucho tiempo y que han conseguido tener un portafolio de más 10.000 buenas fotografías, y algunas de ellas se han vendido más de 10.000 veces y se continúan vendiendo.

El precio que recibes por cada venta hay que decir que aunque la mayoría de las veces es muy bajo, entre 0,30 o 0,50 cms, dependiendo del sistema de cada agencia, también vendes muchas entre 1 y hasta 28 euros o dólares, según el tamaño al que compra la imagen el cliente y el tipo de licencia que escoge.

Cuanto se puede ganar vendiendo fotos en Internet? pues en resumen, depende de cada uno, del tiempo que quiera o pueda dedicarle y desde luego, sobre todo, de las fotos que seamos capaces de realizar. No es una cuestión artística es más una cuestión de saber comercialmente que tipo de fotos demandarán las empresas en cada época del año por distintas razones y llevarlas a cabo de manera original, espectacular e impecable.

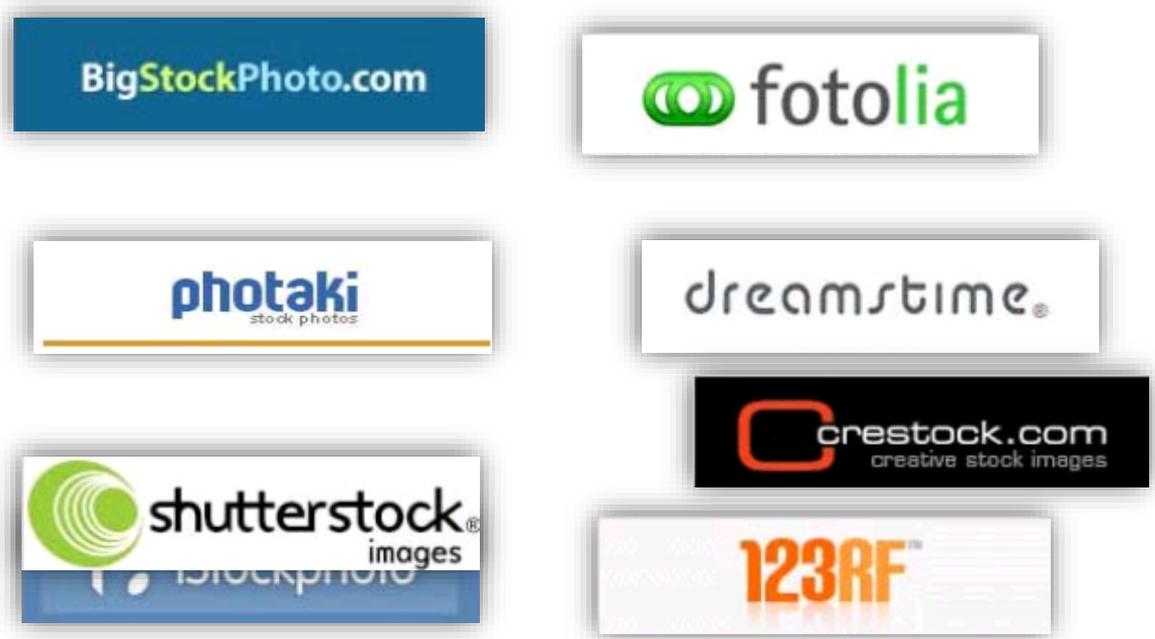
3.5.4.4. Dónde se venden las fotos en Internet.

Existen en Internet multitud de agencias dedicadas a la venta de fotos, imágenes vectoriales, sonidos, videos, etc... Los sistemas de venta en la mayoría de los casos son similares y el porcentaje que recibimos por cada venta no varía demasiado de una a otra.

Vamos a destacar las 8 agencias Microstock que consideramos de mayor importancia por el número de fotos en stock y la capacidad de venta demostrada que tienen.

Estas 8 agencias son las que recomendamos como imprescindibles a la hora de vender fotos en Internet

Imagen. N°14



Fuente: <http://es.globedia.com/vender-fotos-internet>

Elaborado: collage Autora

3.5.4.5. Cómo y Cuándo se cobran las ventas de fotos.

Aunque se utilizan varios sistemas para cobrar el importe de las comisiones por las fotografías que vendemos (según cada agencia) el método más generalizado es a través de PAYPAL.

En las demás agencias hay que solicitar el pago una vez conseguido el importe mínimo, este importe varía de unas agencias de Microstock a otras, desde 50 a 100 dólares.

Desde que vendemos una foto, debido al fraude existente con tarjetas de crédito, algunas agencias retienen el importe durante 15 a 30 días, antes de contabilizarlo en nuestra cuenta.

En la mayoría de las agencias se venden las fotos en créditos o en dólares, en Paypal, uno elige su moneda principal, y aunque lleguen ingresos en dólares, cuando quieras puedes hacer en la misma cuenta el cambio y transferirlo a tu cuenta corriente ordinaria de cualquier banco. Dependiendo del importe que transfieras no se aplica ninguna comisión.

En cuanto al tiempo que pasa desde que comienzas a enviar fotografías hasta que empiezas a venderlas es relativo, no hay que desesperarse, la agencia más rápida en comenzar a vender es Shutterstock, casi seguro que venderás desde los primeros días, en la demás debes tener un poco de paciencia, poco a poco, y si sigues una rutina de enviar fotos periódicamente verás cómo se irán vendiendo.

El importe que recibirás de cada venta oscilará entre un 20% a un 80% del precio de venta, dependiendo del número de ventas que vayas consiguiendo, de la estructura de royalties de cada agencia de Microstock y de la exclusividad, que, aunque no es obligatoria en este tipo de agencias, suelen premiar con un porcentaje más alto.

Una vez iniciado en varias agencias y con una cantidad de fotografías admitidas y vendidas más o menos importantes, deberás valorar si puede serte rentable trabajar en exclusiva solo para una de ellas, aunque realmente no es lo más habitual.

Necesitarás tener instalado también un FTP, son las siglas de File Transfer Protocol, es decir, Protocolo de Transferencia de Archivos. Es un sistema que permite enviar y recibir ficheros entre computadores a través de la red Internet.

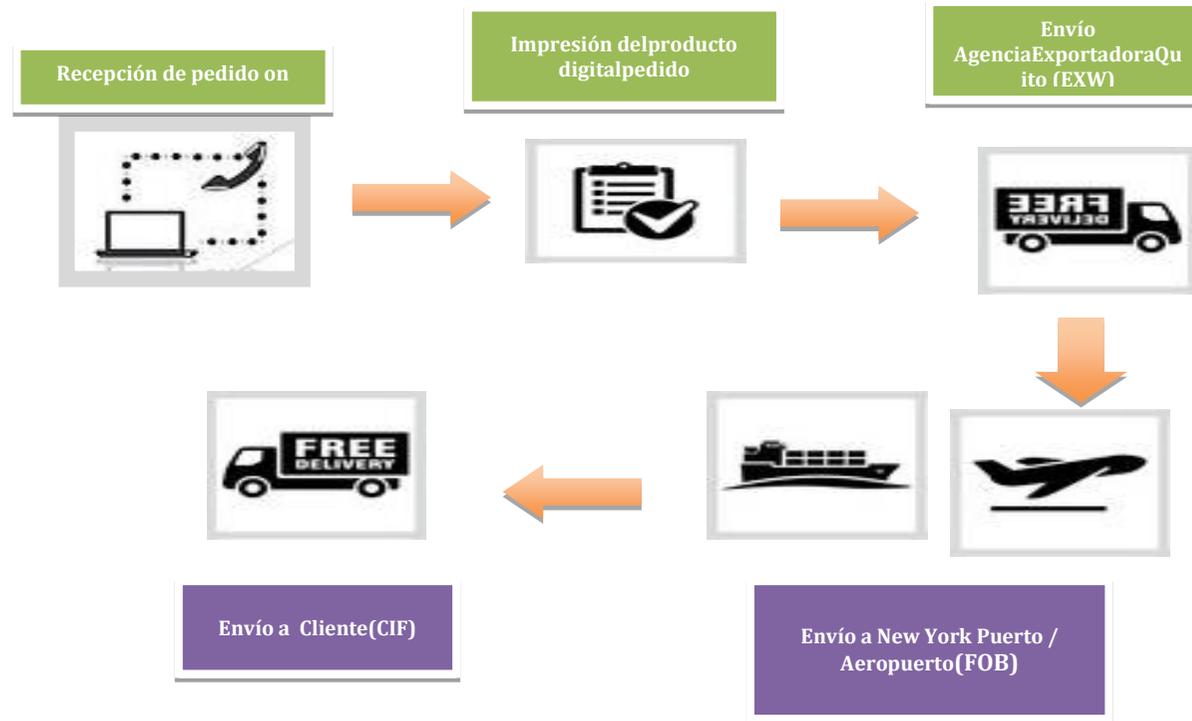
3.5.4.6. Procedimiento para ofertar nuestro producto físico.

En la actualidad gracias a la modernización principalmente de las entidades de gobierno y en nuestro caso de las instituciones encargadas del comercio exterior como el Banco Central del Ecuador, Fedexpor, Aduana del Ecuador, el comercializar nuestros productos hacia mercados internacionales se ha facilitado de sobremanera de modo que la micro, la mediana y las grandes empresas pueden ofertar sus productos y venderlos de manera efectiva en tiempos favorables.

Bajo estas circunstancias presentamos una guía logística para comercializar los productos físicos de Foto Studio Maldonado

Procedimiento logístico de exportación fotografías impresas.

Imagen. N°15



Fuente: Cristianbecerraexportacion.blogspot.

Elaborado por : Cristianbecerraexportacion

3.6. ANÁLISIS ECONÓMICA FINANCIERA

3.6.1. Introducción

El análisis financiero busca determinar la viabilidad financiera de una inversión (proyecto o negocio) que permita que quienes hayan invertido (prestamistas) obtengan un valor de recuperación que incluya: el capital invertido, el costo de oportunidad y un adicional que cubra el diferencial de riesgo asumido.

Por definición, la situación financiera se refiere a la capacidad que tiene una empresa o proyecto de cubrir sus compromisos de corto plazo. En otras palabras, cuando hablamos de situación financiera estamos evaluando el manejo de la liquidez.

La posición financiera como la económica se mantenga en niveles que permitan alcanzar los objetivos empresariales sin riesgo de incumplir con sus compromisos con terceros, ni con los prestamistas.

3.6.2. Presupuesto de Costos y Gastos

3.6.2.1. Costo Materia Prima y Materiales directos

Tabla n°7

Materia prima				
RUBROS	Cantidad	P.U	T. Mensual	Total Anual
Bobina de Papel Fotográfico	14	60	\$ 840,00	\$ 10.080,00
Tinta	20	30	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Total				\$ 17.280,00

Materiales Directos				
RUBROS	Cantidad	P.U	T. Mensual	Total Anual
Fundas	1000	\$ 0,05	\$ 50,00	\$ 600,00
Cartón	100	\$ 0,50	\$ 50,00	\$ 600,00
Cinta de Embalaje	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Cinta de Empaque	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Total			\$ 118,00	\$ 1.416,00

Elaborado por: la Autora

3.6.2.2. Costos de Exportación

Tabla n°8

Costo de Exportación

Expresado en dólares

Costos de Exportación				
Gastos Exportación	Cantidad	P.U	Total Mensual	Total Anual
Impuestos IVA 5%	1000	\$ 0,23	\$ 230,00	\$ 2.760,00
Impuesto Arancel 6,40%	1000	\$ 0,45	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Seguro 1%	1000	\$ 0,09	\$ 89,00	\$ 1.068,00
Transporte Inter	1000	\$ 2,50	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Almacenamiento temporal	3200	\$ 0,06	\$ 201,60	\$ 2.419,20
Total			\$ 3.470,60	\$ 41.647,20

Elaborado por: La Autora

3.6.2.3. Costos de Producción

Tabla n° 9

COSTO DE PRODUCCIÓN

Expresado en Dólares

Concepto	Parcial	Sub Total	Total
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN			\$ 135,306.03
Costos Directos		\$ 131,633.84	
Materia Prima	\$ 120,960.00		
Mano de obra	\$ 10,673.84		
Costos Indirectos		\$ 3,672.19	
Electricidad	32.5		
Seguro de Planta	5		
Flash	140		
lentes Ópticos	40		
Depreciación	\$ 3,174.69		
Amortización	\$ 280.00		

Elaborado por: la Autora

3.6.2.4. Costo Total

Tabla n. 10

Matriz Costo Total

Expresado en Dólares

Concepto	Parcial	Sub Total	Total
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN			\$ 152.080,53
Costos Directos		\$ 148.625,84	
Materia Prima	\$ 120.960,00		
Materiales	\$ 16.992,00		
Mano de obra	\$ 10.673,84		
Costos Indirectos		\$ 3.454,69	
Electricidad	32,5		
Seguro de Planta	5		
Flash	140		
lentes Opticos	140		
Depreciación	\$ 3.174,69		
Amortización	\$ 280,00		
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			\$ 10.340,00
Gastos Administrativos		\$ 10.340,00	
Sueldos y Salarios	\$ 9.480,00		
Útiles de Aseo	\$ 180,00		
Papelería	\$ 80,00		
Servicios Básicos	\$ 600,00		
3. COSTOS DE VENTA			\$ 600,00
Gastos de Venta		\$ 600,00	
Alquiler de transporte refrigerado	\$ 600,00		
4. COSTOS DE EXPORTACION			\$ 41.647,20
Gastos de Exportación		\$ 41.647,20	
impuestos IVA 5%	\$ 2.760,00		
Impuesto Arancel 6,40%	\$ 5.400,00		
Seguro 1%	\$ 1.068,00		
Transporte Inter	\$ 30.000,00		

Almacenamiento temporal	\$ 2.419,20		
4. COSTOS FINANCIEROS			\$ 2.213,25
Gastos Financieros		\$ 2.213,25	
Intereses a Largo Plazo	\$ 2.213,25		
COSTO TOTAL			\$ 206.880,98

Elaborado por: la Autora

3.6.2.5. Estructura de Costos

Tabla n.11

Estructura de Costos

Expresado en Dólares

Concepto	Fijos	Variables
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Costos Directos		
Materia Prima		\$ 120.960,00
Materiales		\$ 16.992,00
Mano de obra	\$ 10.673,84	
Costos Indirectos		
Electricidad		\$ 32,50
Seguro de Planta	\$ 5,00	
Flash		\$ 140,00
lentes Opticos		\$ 140,00
Depreciación	\$ 3.174,69	
Amortización	\$ 280,00	
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Gastos Administrativos		
Sueldos y Salarios	\$ 9.480,00	
Útiles de Aseo	\$ 180,00	
Papelería	\$ 80,00	
Servicios Básicos	\$ 600,00	
3. COSTOS DE VENTA		
Gastos de Venta		
Alquiler de transporte refrigerado		\$ 600,00

4. COSTOS DE EXPORTACION		
Gastos de Exportacion		
impuestos IVA 5%	\$ 2.760,00	
Impuesto Arancel 6,40%	\$ 5.400,00	
Seguro 1%	\$ 1.068,00	
Transporte Inter	\$ 30.000,00	
Almacenamiento temporal	\$ 2.419,20	
4. COSTOS FINANCIEROS		
Gastos Financieros		
Intereses a Largo Plazo	\$ 2.213,25	
COSTO TOTAL	\$ 68.053,98	\$ 138.864,50

Elaborado por: La Autora

3.6.2.6. Gastos Administrativos

Tabla n°12

Gastos Administrativos

Expresado en Dólares

Gastos Administrativos			
RUBROS		Costos Mensual	Costos Anual
Sueldos y Salarios		\$ 735,00	\$ 8.820,00
Útiles de Aseo		\$ 15,00	\$ 180,00
Papelería		\$ 6,67	\$ 80,00
Servicios Básicos		\$ 50,00	\$ 600,00
Arriendo		\$ 300,00	\$ 3.600,00
Total		\$ 806,67	\$ 13.280,00

Elaborado por: la Autora

3.6.2.7. Gastos de Ventas

Tabla n°13

Gastos de Ventas			
RUBROS		Costos Mensual	Costos Anual

Alquiler de transporte Blue Cargo		\$ 50,00	\$ 600,00
Total		\$ 50,00	\$ 600,00

Elaborado por: la Autora

3.6.2.8. Equipo de Cómputo

Tabla n°14

Equipo de Cómputo						
<u>RUBROS</u>			<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>V. UNITARIO</u>	<u>V. TOTAL</u>
Computadores Apple			4	UNIDAD	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00
Impresoras Samsung y HP			2	UNIDAD	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Total						\$ 9.300,00

Elaborado por: La Autora

3.6.2.9. Capital de Trabajo

Tabla n°15

Capital de Trabajo 1 envío, 1 mes						
<u>RUBROS</u>			<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>V. UNITARIO</u>	<u>V. TOTAL</u>
Materia Prima						\$ 17.280,00
Bobina de Papel Fotográfico			14	60	\$ 840,00	\$ 10.080,00
Tinta			20	30	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Materiales						\$ 1.416,00
Fundas			1000	\$ 0,05	\$ 50,00	\$ 600,00
Cartón			100	\$ 0,50	\$ 50,00	\$ 600,00
Cinta de Embalaje			3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Cinta de Empaque			3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Materiales Indirectos						\$ 217,50

Electricidad	250	Kw	\$ 0,13	\$ 32,50
Cables conectores	5		\$ 1,00	\$ 5,00
Flash	7		\$ 20,00	\$ 140,00
lentes Opticos	4		\$ 10,00	\$ 40,00
Gastos de Administración				\$ 13.280,00
Gastos de Exportación				\$ 3.470,60
Gastos de Ventas				\$ 50,00
Total				\$ 35.714,10

Elaborado por: La Autora

3.6.3. Inversión Total

En la tabla de inversión y financiamiento se puntualizan la inversiones que se deben realizar en el proyecto, las inversiones tangibles, establecidas como las que se pueden considerar físicamente, las inversiones intangibles, las que no se pueden apreciar físicamente y la inversión en capital de trabajo, que son todos los recursos necesarios iniciar sus actividades de exportación.

Tabla n°16

Inversión Total

Expresada en Dólares

INVERSIÓN TOTAL				
Expresado en Dólares				
<u>RUBROS</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>V. UNITARIO</u>	<u>V. TOTAL</u>
<u>INVERSION FIJA</u>	-	-	-	<u>\$ 10.050,00</u>
Muebles de Oficina				\$ 750,00
Muebles de Oficina	10	UNIDAD	\$ 75,00	\$ 750,00

Equipo de Cómputo				\$ 9.300,00
Equipo de Cómputo	4	UNIDAD	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00
Impresoras Samsung y HP	2	UNIDAD	\$ 650,00	\$ 1.300,00
<u>INVERSIÓN INTANGIBLE</u>	-	-	-	<u>\$ 1.400,00</u>
Estudios				\$ 500,00
Gastos de Organización				\$ 300,00
Gastos de Instalación				\$ 150,00
Marca y Patentes				\$ 200,00
Permisos (municipales, bomberos, sanitarios)				\$ 100,00
Imprevistos				\$ 150,00
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	-	-	-	<u>\$ 23.240,77</u>
Materia Prima				\$ 17.280,00
Bobina de Papel Fotográfico	14	60	\$ 840,00	\$ 10.080,00
Tinta	20	30	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Materiales				\$ 1.416,00
Fundas	1000	Unidad	\$ 0,05	\$ 600,00
Cartón	100	Unidad	\$ 0,50	\$ 600,00
Cinta de Embalaje	3	Unidad	\$ 3,00	\$ 108,00
Cinta de Empaque	3	Unidad	\$ 3,00	\$ 108,00
Materiales Indirectos				\$ 217,50
Electricidad	250	Kw	\$ 0,13	\$ 32,50
Cables conectores				\$ 5,00

Flash				\$ 140,00
lentes Opticos				\$ 40,00
Gastos de Administración				\$ 806,67
Gastos de Exportación				\$ 3.470,60
Gastos de Ventas				\$ 50,00
INVERSIÓN TOTAL				<u>\$ 39.018,03</u>

Elaborado por: La Autora

3.6.3.1 Calculo Depreciaciones

Tabla N°17

CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN

Expresado en Dólares

Rubro	Años	Valor	%	1	2	3	4	Suman	Valor Residual
Muebles de oficina	10	750,00	10,00	75,00	75,00	75,00	75,00	300,00	450,00
Equipo de Cómputo	3	9.300,00	33,33	3099,69	3099,69	3099,69	3099,69	3.099,69	6.200,31
TOTALES		10.050,00		3174,69	3174,69	3174,69	3174,69	3.399,69	6.650,31

Elaborado por: la Autora

3.6.3.2 Calculo de Amortizaciones

Tabla N°18

CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN

Expresado en Dólares

RUBROS	VALOR	AÑOS	CÁLCULO
Estudios	500,00	4	125,00
Gastos de Organización	300,00	4	75,00
Gastos de Instalación	150,00	4	37,50
Marca y Patentes	200,00	4	50,00
Permisos (municipales, bomberos, sanitarios)	100,00	4	25,00
Imprevistos	150,00	4	37,50
TOTAL	1400,00		350,00

Elaborado por: La Autora

3.6.3.3. Determinación del Producto

Tabla n.19

Fuentes Primarias:

FOTO STUDIO MALDONADO

Fuentes Secundarias:

BCE, INEC.

Costo Variable Unitario

$$= \frac{\text{Costo Variable Total}}{\# \text{ Unidades Producidos}}$$

Costo Variable Unitario

$$= \frac{138864,5}{12000}$$

Costo Variable Unitario

$$= 11,57$$

Precio Unitario =	Costo Total # de unidades Producidos	Precio FOB	
		=	\$ 17,24
		Precio CIF =	\$ 19,83

Precio Unitario = $\frac{\$ 206.950,98}{12000}$

Precio Unitario = \$ 17,25

PRECIO (\$) = precio de venta unitario + % utilidad
%

PRECIO (\$) = \$ 17,25 + 15,0

PRECIO (\$) = \$ 17,25 + 2,59

PRECIO (\$) = \$ 19,83

Datos:

Costo Fijo	\$ 68.053,98
Costo Variable Unitario	\$ 11,57
UNIDADES a Producir Anuales	12.000
Precio de Venta	\$ 19,83

P. E. = $\frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$

P. E. = $\frac{\$ 68.053,98}{\$ 19,83 - \$ 11,57}$

P. E. = $\frac{\$ 68.053,98}{\$ 8,26}$

P. E. = 8238 UNIDADES

Elaborado por: La Autora

3.6.4 Gasto Personal

3.6.4.1 Personal Administrativo

Tabla n.20

	Proyección del 5% de inflación	1,05		
Prestaciones sociales 12,15%				
Décimo cuarto sueldo 292	292,00	306,60	321,93	338,03

Personal de Oficina					
Cargo	Concepto	1	2	3	4
GERENTE	salario básico mensual	450,00	472,50	496,13	520,93
	salario básico anual	5400,00	5670,00	5953,50	6251,18
	prestaciones sociales	140,00	2120,06	2226,06	2337,36
	TOTAL	5540,00	7790,06	8179,56	8588,54
SECRETARIA	salario básico mensual	340,00	357,00	374,85	393,59
	salario básico anual	4080,00	4284,00	4498,20	4723,11
	prestaciones sociales	1256,92	1676,77	1760,60	1848,63
	TOTAL	5336,92	5960,77	6258,80	6571,74
Total de salario anual de personal oficina		9480,00	9954,00	10451,70	10974,29
Total de prestaciones sociales personal oficina		1396,92	3796,82	3986,66	4186,00

Elaborado por: LA Autora

3.6.4.1 Personal técnico

Tabla n° 21

Cant	Personal de PRODUCCION					
1	EDITOR DE VIDEO	Salario Mensual	340,00	357,00	374,85	393,59
		Salario Anual	4080,00	4284,00	4498,20	4723,11
		prestaciones sociales	1256,92	1676,77	1760,60	1848,63
		TOTAL	5336,92	5960,77	6258,80	6571,74
2	FOTOGRAFO	Salario Mensual	340,00	357,00	374,85	393,59
		Salario Anual	4080,00	4284,00	4498,20	4723,11
		prestaciones sociales	1256,92	1676,77	1760,60	1848,63
		TOTAL	5336,92	5960,77	6258,80	6571,74
Total de salario anual de personal oficina		10673,84	11921,53	12517,61	13143,49	
Total de prestaciones sociales personal oficina		2513,84	3353,53	3521,21	3697,27	

Elaborado por: la Autora

3.6.4.1 Matriz Aportaciones al IESS

Tabla n° 22
Matriz Aporte al IESS
Expresado en Dólares

TOTAL GENERAL MANO DE OBRA		21550,76	25672,35	26955,97	28303,77
Detalle de Prestaciones					
GERENTE	Décimo tercero(13)	37,50	39,38	41,34	43,41
	Décimo cuarto(14)	24,33	25,55	26,83	28,17
	Vacaciones	18,75	19,69	20,67	21,71
	Fdo. Reserva	-	39,38	41,34	43,41
	11,15% a.pat	50,18	52,68	55,32	58,08
	Prestaciones s. mensuales	130,76	176,67	185,50	194,78
	Prestaciones s. Anuales	1.569,10	2.120,06	2.226,06	2.337,36
SECRETARIA	Décimo tercero(13)	28,33	29,75	31,24	32,80
	Décimo cuarto(14)	24,33	25,55	26,83	28,17
	Vacaciones	14,17	14,88	15,62	16,40
	Fdo. Reserva	-	29,75	31,24	32,80
	11,15% a.pat	37,91	39,81	41,80	43,89
	Prestaciones s. mensuales	104,74	139,73	146,72	154,05
	Prestaciones s. Anuales	1.256,92	1.676,77	1.760,60	1.848,63
FOTOGRAFOS	Décimo tercero(13)	28,33	29,75	31,24	32,80
	Décimo cuarto(14)	24,33	25,55	26,83	28,17

	Vacaciones	14,17	14,88	15,62	16,40
	Fdo. Reserva	-	29,75	31,24	32,80
	11,15% a,pat	37,91	39,81	41,80	43,89
	Prestaciones s. mensuales	104,74	139,73	146,72	154,05
	Prestaciones s. Anuales	1.256,92	1.676,77	1.760,60	1.848,63
EDITORES	Décimo tercero(13)	28,33	29,75	31,24	32,80
	Décimo cuarto(14)	24,33	25,55	26,83	28,17
	Vacaciones	14,17	14,88	15,62	16,40
	Fdo. Reserva	-	29,75	31,24	32,80
	11,15% a,pat	37,91	39,81	41,80	43,89
	Prestaciones s. mensuales	104,74	139,73	146,72	154,05
	Prestaciones s. Anuales	1.256,92	1.676,77	1.760,60	1.848,63

Elaborado por: la Autora

3.6.4 Financiamiento

Tabla n ° 23

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO							
FUENTE	CAPITAL DE TRABAJO		INVERSIÓN FIJA		INVERSIÓN INTANGIBLE		TOTAL
	Inversión	%	Inversión	%	Inversión	%	
Aporte Propio	\$ 9.318,31	40	\$ 3.015,00	30	\$ 280,00	20	\$ 12.613,31
Préstamo	\$ 13.977,46	60	\$ 7.035,00	70	\$ 1.120,00	80	\$ 22.132,46
TOTAL	\$ 23.295,77	100	\$ 10.050,00	100	\$ 1.400,00	100	\$ 34.745,77

CUADRO DE REEMBOLSO DE LA DEUDA				
PERÍODO	DEUDA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA
0	22132,46			
1	17363,56	2213,25	4.768,90	6.982,14
2	12117,77	1736,36	5245,79	6.982,14
3	6347,40	1211,78	5770,37	6.982,14
4	0,00	634,74	6347,40	6.982,14
TOTAL		5796,12	22132,46	27.928,58

Elaborado por: La Autora

Datos		
<i>i</i> =	10,00%	%
<i>n</i> =	4	años
<i>Préstamo</i> (\$) =	\$ 22.132,46	Deuda

CÁLCULO DE LA CUOTA FIJA

$$CUOTAFIJA = D * \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$\text{Cuota Fija (\$)} = 22.132,46 * \frac{0,10(1+0,10)^4}{(1+0,10)^4 - 1}$$

$$\text{Cuota Fija (\$)} = 22.132,46 * \frac{0,14641}{0,4641}$$

$$\text{Cuota Fija (\$)} = 22.132,46 * 0,315470804$$

$$\text{Cuota Fija (\$)} = 6982,14$$

Elaborado por: la Autora

3.6.4 Determinación de los Ingresos

Los Ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario.

$$I = Q * P$$

Matriz de Fotografías Vendidas

Tabla n °24

Inflación 5,00%

1 UNIDAD		
Precio	\$ 19,83	\$
Nº de UNIDADES PRODUCIDAS anualmente	12000	
\$ UNIDADES vendidos anualmente		\$ 237.993,62

El precio del producto ha quedado establecido incluyente costo de transporte interno, flete aéreo y además los impuestos exigidos de acuerdo a los aranceles, dándonos un precio de venta al público de \$ 19.83 dólares americanos.

Elaborado por: la Autora

Tabla n° 25

Matriz de Ventas Anuales

Expresado en Dólares

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL
Ventas Brutas	\$ 237.993,62	\$ 249.893,30	\$ 262.387,97	\$ 275.507,37
(-)Devolución y Rebajas sobre Ventas	\$ 640,56	\$ 672,59	\$ 706,22	\$ 741,53
(=)VENTAS NETAS	\$ 237.353,06	\$ 249.220,72	\$ 261.681,75	\$ 274.765,84

Elaborado por: la Autora

3.6.4 Estados Financieros

3.6.4.1 Balance General

El Balance General presenta tres cuentas principales, la de activo, desglosada en corriente, fijo e intangible, y como contraparte las cuentas de pasivo desglosada en corto y largo plazo y la de patrimonio, ambas muestran cómo se financian las inversiones del activo sea con aporte de los socios y/o préstamo.

Tabla n.26

EXPORTACION DE FOTOGRAFIAS PAISAJISTAS DEL ECUADOR HACIA NUEVA YORK
BALANCE GENERAL
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVOS				
Activos Corrientes				
Disponibles				
Caja/Bancos	\$ 23.295,77	\$ 24.460,56	\$ 25.683,58	\$ 26.967,76
Activos No Corrientes				
Depreciables				
Muebles de Oficina	750,00	787,50	826,88	868,22
Equipo de Cómputo	9.300,00	9765,00	10253,25	10765,91
Activos Diferidos				
Estudios	500,00	525,00	551,25	578,81

Gastos de Organización	300,00	315,00	330,75	347,29
Gastos de Instalación	150,00	157,50	165,38	173,64
Marca y Patentes	200,00	210,00	220,50	231,53
Permisos (municipales, bomberos, sanitarios)	100,00	105,00	110,25	115,76
Imprevistos	150,00	157,50	165,38	173,64
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 34.745,77	\$ 36.483,06	\$ 38.307,21	\$ 40.222,57
PASIVOS				
Pasivos Corto Plazo				
Préstamo	4.768,90	5007,34	5257,71	5520,60
Pasivos Largo Plazo				
Préstamo	17363,56	18231,74	19143,33	20100,49
TOTAL DE PASIVOS	\$ 22.132,46	\$ 23.239,08	\$ 24.401,04	\$ 25.621,09
PATRIMONIO				
Aporte Socios	12613,31	13243,97	13906,17	14601,48
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 12.613,31	\$ 13.243,97	\$ 13.906,17	\$ 14.601,48
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 34.745,77	\$ 36.483,06	\$ 38.307,21	\$ 40.222,57

Elaborado por: la Autora

3.6.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

En la tabla siguiente está representado el estado de resultados que se proyecta tener, en el cual se detallan las ventas que se tendrán, los costos y gastos, con el fin de determinar la utilidad del proyecto, se lo ha proyectado para 4 años con una tasa de inflación del 5.00%.

Tabla n.27

EXPORTACION DE FOTOGRAFIAS PAISAJISTAS DEL ECUADOR HACIA NUEVA YORK

ESTADO DE RESULTADO

Inflación 5,00%

DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

RUBROS	Inflación 5%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ventas Netas		237353,06	249220,72	261681,75	274765,84
(-)Costo de Producción		135376,03	142144,83	149252,07	156714,68
Utilidad Bruta		\$ 101.977,03	\$ 107.075,88	\$ 112.429,68	\$ 118.051,16
(-)Costos de Administración		10340,00	10857,00	11399,85	11969,84
(-)Costos de Ventas		600,00	630,00	661,50	694,58
(-)Costos Financieros		2213,25	2323,91	2440,10	2562,11
(-)Costos de Exportación		41647,20	43729,56	45916,04	48211,84
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 47.176,59	\$ 49.535,42	\$ 52.012,19	\$ 54.612,80
(-) Impuesto Renta 25%		11794,15	12383,85	13003,05	13653,20
(=) Utilidad antes de Repartición		\$ 35.382,44	\$ 37.151,56	\$ 39.009,14	\$ 40.959,60
(-) Repartición 15% Utilidades		5307,37	5572,73	5851,37	6143,94
(=) Utilidad Neta Total		\$ 30.075,07	\$ 31.578,83	\$ 33.157,77	\$ 34.815,66

Elaborado por: la Autora

3.6.4.1 Flujo de Caja

El flujo de caja muestra los resultados proyectado al número de años de evaluación del proyecto (4 años), indica también las inversiones que se realizaron la cuales detallan en el año 0 con signo negativo por ser desembolsos de dinero

Tabla n. 28

**EXPORTACION DE FOTOGRAFIAS PAISAJISTAS DEL ECUADOR HACIA NUEVA YORK
FLUJO NETO DE CAJA
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ventas Netas		237.353,06	249.220,72	261681,75	274765,84
(-)Costo de Producción		135.376,03	142144,83	149252,07	156714,68
Utilidad Bruta		\$ 101.977,03	\$ 107.075,88	\$ 112.429,68	\$ 118.051,16
(-)Costos de Administración		10340,00	10857,00	11399,85	11969,84
(-)Costos de Ventas		600,00	630,00	661,50	694,58
(-)Costos de Exportación		41.647,20	43729,56	45916,04	48211,84
(-)Costos Financieros		2.213,25	2323,91	2440,10	2562,11
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 47.176,59	\$ 49.535,42	\$ 52.012,19	\$ 54.612,80
(-) Impuesto Renta 25%		11794,15	12383,85	13003,05	13653,20
(=) Utilidad antes de Repartición		\$ 35.382,44	\$ 37.151,56	\$ 39.009,14	\$ 40.959,60
(-) Repartición 15% Utilidades		5307,37	5572,73	5851,37	6143,94
(=) Utilidad Neta Total		\$ 30.075,07	\$ 31.578,83	\$ 33.157,77	\$ 34.815,66
(+) Depreciación		3174,69	3174,69	3174,69	3174,69
(+) Amortización		350,00	350,00	350,00	350,00

Valor de Salvamento		33599,76		2000,00	
(-) Pago Principal del Préstamo		4768,90	5245,79	5770,37	6347,40
Capital de Trabajo (recuperable)					
(-) INVERSIONES:					
Fija	10.050,00				
Intangible	1400,00				
Capital de Trabajo	23.295,77				
Flujo Neto de Caja	-\$ 34.745,77	\$ 28.830,86	\$ 29.857,73	\$ 28.912,09	\$ 31.992,94

Elaborado por: la Autora

3.6.4 Estudio Financiero

3.6.4.1 Valor Actual Neto

Utilizaremos el Valor Actual Neto, que es un criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital.

Tabla n. 29

Calculo del Actual Valor Neto

Fórmula:
$$VAN = -IO + \frac{FN}{(1+I)^n}$$

VAN =

Tasa **10,00% Anual** Corporación Financiera Nacional

AÑOS	Flujo de Fondos	Factor de Act.	Flujo de Efect. Act.	Flujo Efec. Act. Acum.
0	-34.745,77	1	-34745,76667	-34745,76667
1	28830,86	0,909090909	26209,87717	-8535,889498
2	29857,73	0,826446281	24675,80883	16139,91933
3	28912,09	0,751314801	21722,08202	37862,00136
4	31992,94	0,683013455	21851,61044	59713,6118

VAN = **59713,61**

$$\square\square\square\square = -\square\square.\square\square\square,\square\square + \frac{28830,86}{(\square + \square,\square\square)^{\square}} + \frac{\square\square\square\square,\square\square}{(\square + \square,\square\square)^{\square}} + \frac{28912,09}{(\square + \square,\square\square)^{\square}} + \frac{\square\square\square\square,\square\square}{(\square + \square,\square\square)^{\square}}$$

VAN 1= 59713.61

Periodo de Recuperación de la Inversión				
Años	Inversión	PRI	Diferencia	Meses
0	-34.745,77			
1		28830,86	-5.914,90	12
2		29857,73		
3		28912,09		
4		31992,94		

	AÑOS	MESES	DIAS
PRI =	1	0,20	
		2,38	0,14
			4
PRI =	1	1	4

Elaborado por; la Autora

CAPÍTULO IV

4.1. CONCLUSIONES

- Las actividades económicas y productivas, como los emprendimientos y en particular de la fotografía Studio Maldonado, reconoce el avance y progreso tanto económico como técnico y profesional a través de su vida operativa, lo que le ha permitido posicionarse como un referente de Studio en el ámbito local nacional e internacional.
- El sistema técnico y profesional de producción y reproducción y fotografía de Foto Studio Maldonado tiene la responsabilidad del profesionalismo en el talento humano con su capacitación y perfeccionamiento de procesos, así como la innovación e incorporación de equipos accesorios, suntuarios y carácter tecnológico en lo que se refiere a su capacidad instalada empresarial.
- La actividad económica de la fotografía ha permitido mejorar y desarrollar económica y financieramente a su propietario colaboradores y personas anexas al sistema, dando impulso a la economía local con ingresos significativos siendo una actividad reconocida en la totalidad de los eventos por la sostenibilidad de recuerdos.
- El apoyo de financiamiento de las entidades de intermediación financiera son fluyentes a este sector, lo que hace que exista bondades para el crecimiento en capital de trabajo y compra de activos fijos como maquinaria equipos y accesorios tecnológicos trascendentales para la operatividad y funcionamiento de esta actividad económica con rentabilidad significativa para el pago de compromisos financieros.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener el mismo ritmo de actividad y operatividad para que siga realzando su nombre como Foto Studio Maldonado con lo cual conllevara a mantener su posición en el mercado local, Nacional e Internacional.
- Seguir capacitándose en varios seminarios internacionales como se lo ha estado haciendo para seguir desarrollando el conocimiento y manejo de equipos, accesorios tecnológicos para un buen trabajo de fotografía lo cual con lleva un buen servicio al mercado.
- Mantener la actividad económica para obtener aumento de recursos materiales y así lograr abarcar la mayoría de contratos de eventos sociales y no sociales posibles, de esta forma obtener la sostenibilidad de recuerdos cuyo trabajo hablara por sí mismo, lo que ayudara a la micro empresa en el Mercado Estado Unidense
- Buscar más apoyo en entidades financieras para obtener inversión con equipos y accesorios tecnológicos lo cual influye en el trabajo de esta Micro empresa para la producción de las fotografías que se pretende exportar al mercado de Nueva York.

RESUMEN

La presente tesis titulada: Implementación de un Sistema de Categorización y Producción de Fotografía paisajista del Ecuador, para exportar al mercado Estadounidense – Nueva York por la Micro empresa Foto Studio Digital Maldonado, percibe los siguiente objetivos convertirse o incrementar su competitividad como Micro empresa a nivel nacional y a la vez Internacional, dar a conocer la belleza de nuestro país como son los paisajes. Dentro del estudio de mercado se determinó la oferta existente, así mismo fijado el análisis de comercialización, efectuado a la vez un estudio técnico donde describe los requerimiento de documentos para proceder la exportación de fotografías ya que por medio de la metodología de Observación se ha demostrado estadísticamente que si son llamativas las fotografías paisajistas para el mercado extranjero. Según el ministerio de Turismo se ha demostrado un gran porcentaje de extranjeros que visitan nuestro país de esta manera expongo que la exportación o venta de fotografías hacia el mercado de Nueva york resultar útil, a más de ello el Gerente General de la Micro Empresa Foto Studio Digital Maldonado se da a conocer por su trabajo e iniciativa ya que a lo largo de la investigación ha seguido entablando relaciones comerciales con personas del mercado Estadounidense

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova
Director de Tesis

SUMMARY

The present research is about the implementation of a classification system for the Ecuadorian landscaping photography production, for exporting it to the North American market- New York by Foto Studio Digital Maldonado Micro company, which goals are: to become a national and international competitive company, to increase its competitiveness and let the people know about the beauty of our country specially the landscapes. Within the marketing study, it was determined the existing offer, as well as the commercialization analysis, by making a technical study which describes the required documents for exporting the pictures, according to the observation methodology, it has been statistically proved that the landscaping pictures are attractive for the foreign market. According to the Ministry of Tourism, it has been shown that a high percentage of foreigners visit our country, that is why it is useful to export or sell pictures to the North American market, additionally the manager of Foto Studio Digital Maldonado micro company will be know due to this work and creativity, since he has established commercial with people from the north American market while the research has been carried out.

BIBLIOGRAFIA

- Caballero Miguez Iria (2012), Comercio Internacional: Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior, Ediciones de la U
- Portales Rodríguez Genaro de Jesús (2012) Transportación Internacional, Edic.4, Trillas
- Feenstra Robert C.(2011) Comercio Internacional, Editorial:Reverté
- Escudero Serrano María José (2011) Comercio y Marketing: Comercio Internacional, Gestión del Transporte y Almacenaje de Productos, Edic,2, Editorial Paraninfo.
- Nelson Carl A. (2010) Manual de Importaciones y Exportaciones: cómo llevar su negocio a otros mercados. 4. Edic. McGraw-Hill
- Estrada Luis Patricio (2008) Exportar es un reto 2da Edic, Quito, Inedito.
- Cerda Benítez Adriana (2012) Guía Rapida de Comercio Internacional, 2da Edic.Trillas

LINCOGRAFIA

- www.corpei.org
- www.sica.gov.ec/agronegocios
- www.iniap-ecuador.gov.ec
- www.bce.fin.ec www.marketing-xxi.com
- www.eumed.net
- www.aeat.es
- www.camaras.org/publicado
- www.mityc.es
- www.icex.es
- www.aduana.gob.ec
- www.ecuapass.gog.ec

- <http://buenoparalosnegocios.blogspot.com/2012/05/el-negocio-de-la-fotografia-digital.html>
- www.monografias.com/trabajos60/influencia-publicidad-sociedad/influencia-publicidad-sociedad2.shtml
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/atpdea-dos-anos-durara-la-ayuda-585245.ht> www.sica.gov.ec/agronegocios
- <http://www.monografias.com/trabajos95/logistica-internacional/logistica-internacional.shtml>